

2021510015_FEB_2025_2

by LPPMK UIGM

Submission date: 25-Feb-2025 03:56PM (UTC+0700)

Submission ID: 2592759299

File name: lcha_2021510015_File_Bab_1-Daftar_Pustaka_-_ICHA_ICHA.pdf (1.56M)

Word count: 17386

Character count: 117982

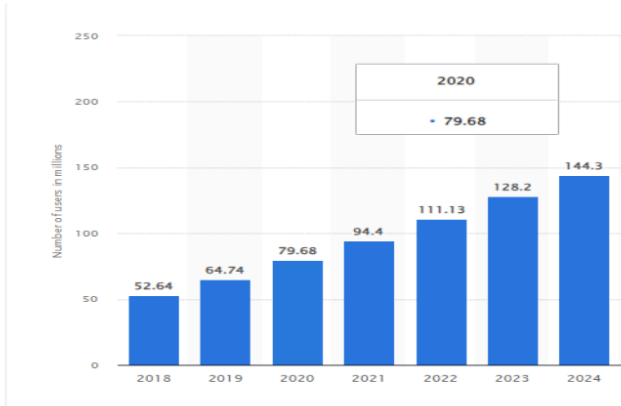
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digitalisasi dalam sektor keuangan Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu inovasi yang semakin banyak diminati adalah *Digital Payment*, yang memberikan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi (World Bank, 2023). Menurut data dari Bank Indonesia (2021), jumlah transaksi pembayaran digital di Indonesia mengalami peningkatan yang tajam, terutama setelah pandemi COVID-19 mendorong banyak orang untuk beralih ke cara pembayaran nontunai. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia et al., (2023), menemukan bahwa penggunaan *Digital Payment* di Pontianak memengaruhi tindakan pembelian impulsif. Pelanggan, termasuk perempuan lebih rentan terhadap godaan diskon atau promosi karena mereka tidak memahami keuangan, yang berdampak pada keputusan keuangan mereka. *Digital Payment* telah mendorong individu yang sebelumnya menggunakan metode pembayaran konvensional untuk beralih, tetapi masalah seperti pembelian impulsif dan pengambilan keputusan keuangan menjadi masalah (Amanita, 2022).

Digital Payment menjadi instrument keuangan yang lebih efisien dan efektif, dan ini sangat disukai oleh mahasiswa (Arifin & Wahyuhastuti, 2022). Gambar 1 berikut menunjukkan pengguna *Digital Payment* di Indonesia Dari 2018 - 2024 :



Gambar 1. Total Pengguna Digital Payment di Indonesia

Sumber : Statista (2024)

Gambar 1 menunjukkan pengguna *Digital Payment* yang terus meningkat sebesar 91,66% dari 2018 hingga 2024. Jumlah pengguna yang meningkat sebesar 144,3 juta pada tahun 2024 dibandingkan tahun 2018. Ini menunjukkan bahwa pelanggan ingin menggunakan layanan pembayaran digital karena mereka dapat melakukan transaksi dengan mudah melalui perangkat seluler, yang menawarkan fleksibilitas kemudahan, dan keakraban (Bezhovski, 2016). Kemudahan ini juga mendorong peningkatan minat pelanggan dalam pembayaran digital (PricewaterhouseCoopers, 2016).

Pada tahun 2023, Bank Indonesia melaporkan bahwa transaksi pembayaran digital telah mencapai lebih dari 60% dari total transaksi ritel di tanah air. Di sisi lain, penggunaan dompet digital seperti OVO, GoPay, dan Dana terus mengalami peningkatan, terutama di kota – kota besar seperti Palembang (Otoritas Jasa

Keuangan, 2022). Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), penetrasi pembayaran digital di Sumatra Selatan juga menunjukkan peningkatan yang signifikan, termasuk di kalangan perempuan.

Tabel 1.1 Perilaku Pengguna Internet yang Sering Diakses

No.	Perilaku Penggunaan Internet	Presentase
1.	<i>Social Media</i>	89,15%
2.	<i>Chatting Online</i>	73,86%
3.	<i>Shopping Online</i>	21,26%
4.	<i>Game Online</i>	14,23%
5.	Portal berita / <i>Infotainment</i> / Gossip	11,98%
6.	<i>Transportasi Online</i>	9,27%
7.	<i>Musik Online</i>	8,49%
8.	<i>Email</i>	7,23%
9.	Aplikasi video / <i>Radio online</i>	4,79%
10.	<i>Meeting online</i>	4,05%
11.	Belajar <i>online</i>	2,81%
12.	Aplikasi dompet elektronik/Layanan Keuangan	1,37%

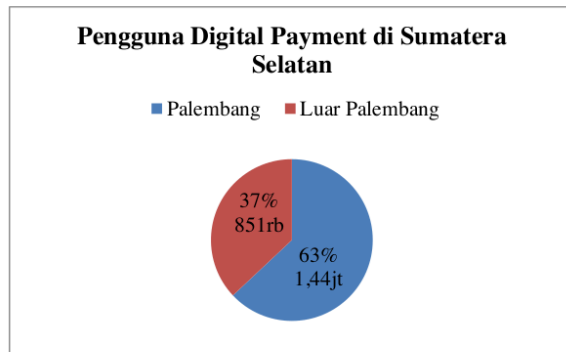
Sumber : APJIII (diakses pada 11 Januari 2023)

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh APJIII tentang berbagai perilaku pengguna internet di Indonesia, yang ditunjukkan pada tabel 1.1, *chatting online* dan *social media* masing – masing memiliki persentase 89,15% dan 73,86%, masing – masing. Persentase ini lebih tinggi daripada akses ke aplikasi dompet

elektronik dan layanan keuangan, yang hanya memiliki 1,37%. Terlihat sangat jauh, menunjukkan bahwa masyarakat mengkhawatirkan pembayaran elektronik.

Penelitian yang dilakukan Setiawan (2023), menyelidiki bagaimana pandemi COVID – 19 memengaruhi perilaku individu di Indonesia dan Hongaria. Pandemi ini menyebabkan persepsi yang lebih besar bahwa transaksi uang langsung dapat membawa virus corona, yang menyebabkan pergeseran dari layanan keuangan tradisional ke digital. Studi yang dilakukan oleh McKinsey & Company (2023), mengindikasikan bahwa perempuan cenderung lebih berhati – hati dalam mengambil risiko finansial dibandingkan dengan laki – laki. Namun, dengan dukungan literasi keuangan yang baik, perempuan dapat membuat keputusan keuangan yang lebih bijak. Hal ini sangat relevan dalam konteks *Digital Payment*, di mana perempuan mungkin lebih mempertimbangkan risiko dan potensi keuntungan sebelum memilih metode pembayaran tersebut. (Sari & Yuliani, 2023).

Bank Indonesia Sumatera Selatan aktif memperkenalkan sistem pembayaran non-tunai menggunakan metode *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)* kepada masyarakat. inisiatif ini terbukti dengan meningkatnya penggunaan QRIS yang merupakan salah satu metode *Digital Payment* di kalangan masyarakat Sumatera Selatan, menunjukkan tren pertumbuhan yang positif. (Welly Jasrial Tanjung, 2024).



Sumber: Detiksumbagesel (2024)

Gambar 2. Pengguna Digital Payment di Sumatera Selatan

Gambar 2 menunjukkan data Detiksumbagesel yang menunjukkan transaksi pengguna *Digital Payment* di Sumatera Selatan berada di peringkat pertama Se-Sumatera dengan jumlah pemakaian yang telah mencapai 844 ribu merchant, dan penggunaan *Digital Payment* di Sumatera Selatan ditetapkan sebesar 2,3 juta transaksi pada tahun 2024 ini, yang 63% didominasi warga kota Palembang sehingga sebesar 1.449 juta Pengguna Digital Payment di kota Palembang, dan 851 ribu pengguna *Digital Payment* di luar kota Palembang Se-Sumatera Selatan. Studi menunjukkan bahwa perempuan lebih sering menggunakan pembayaran digital di kota – kota besar di Indonesia, termasuk Palembang, persepsi orang tentang kemudahan, keuntungan, dan keamanan e-wallet mempengaruhi keputusan penggunaan di kalangan masyarakat (Apriani et al., 2023).

Salah satu hal yang umum terjadi di antara pengguna teknologi keuangan adalah *Overconfidence*, yang merujuk pada kepercayaan diri yang berlebihan dalam membuat keputusan finansial. *Overconfidence* dapat membuat individu merasa

lebih mampu mengelola keuangan daripada kenyataannya. Penelitian sebelumnya oleh Barber & Odean (2001), menunjukkan bahwa pria cenderung lebih *Overconfidence* dibandingkan perempuan. Namun, terdapat tren peningkatan kepercayaan diri yang berlebihan di kalangan perempuan yang menggunakan teknologi keuangan, termasuk *Digital Payment*.

Dalam konteks *Digital Payment*, perempuan yang merasa terlalu percaya diri mungkin lebih sering melakukan transaksi atau mengambil risiko finansial yang lebih besar, tanpa mempertimbangkan potensi dampak negatifnya. Studi oleh Dan & Adiputra (2020), menunjukkan bahwa *Overconfidence* dapat memengaruhi pengambilan keputusan investasi, yang juga relevan dalam konteks *Digital Payment* karena berkaitan dengan pengelolaan uang dalam bentuk digital. Oleh karena itu, penting untuk menyelidiki bagaimana *Overconfidence* memengaruhi perilaku perempuan di Palembang dalam menggunakan *Digital Payment*.

⁴⁶ *Financial Literacy* merujuk pada pengetahuan dan pemahaman individu mengenai konsep dasar keuangan, termasuk pengelolaan uang, investasi, dan risiko. Tingkat *Financial Literacy* yang baik sangat penting untuk pengambilan keputusan finansial yang tepat, terutama dalam penggunaan *Digital Payment*. Individu dengan ⁶⁹ *Financial Literacy* yang lebih tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam membuat keputusan keuangan dan lebih mampu mengelola risiko yang terkait dengan teknologi keuangan (Lusardi et al., 2020).

Pelatihan *Financial Literacy* merupakan langkah penting dalam mempersiapkan guru sekolah dasar untuk mengelola keuangan pribadi dengan lebih

baik dan memahami konsep investasi dasar, pelatihan ini akan memberi mereka pemahaman yang lebih dalam tentang manajemen uang seperti perencanaan anggaran, strategi penghematan, dan pengelolaan gaji (Wulandari et al., 2024). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana *Financial Literacy* mempengaruhi niat perempuan di Palembang dalam menggunakan *Digital Payment*.

Risk Tolerance merujuk pada sejauh mana seseorang bersedia menghadapi risiko dalam pengambilan keputusan finansial. Dalam konteks *Digital Payment*, risiko dapat meliputi potensi kehilangan uang akibat penipuan, kesalahan teknis, atau kebijakan keamanan yang tidak memadai (Friderica, 2022). Individu dengan *Risk Tolerance* tinggi mungkin lebih cenderung menggunakan *Digital Payment* secara intensif, sementara mereka yang memiliki *Risk Tolerance* rendah cenderung lebih berhati-hati atau bahkan menghindari teknologi ini (Purwoko, 2020).

Penelitian oleh John Grable et al., (2020), menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *Risk Tolerance* dan penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi. Dalam studi tersebut, perempuan secara tradisional dianggap memiliki toleransi risiko yang lebih rendah dibandingkan pria. Namun, terdapat pergeseran tren di mana semakin banyak perempuan yang tertarik menggunakan teknologi keuangan meskipun risiko yang terlibat cukup besar. Oleh karena itu, penelitian ini akan menyelidiki bagaimana *Risk Tolerance* memengaruhi keputusan perempuan di Palembang dalam menggunakan *Digital Payment*.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan isu lingkungan, konsep keuangan hijau atau *Green Finance* semakin mendapat perhatian, termasuk di dunia *Financial Technology*. *Perceived Green Finance* merujuk pada persepsi individu terhadap produk keuangan yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak perusahaan teknologi keuangan mulai menawarkan produk keuangan hijau, termasuk opsi pembayaran digital yang lebih ramah lingkungan, misalnya dengan mengurangi penggunaan kertas atau mendukung proyek – proyek berkelanjutan (Beirne & Fernandez, 2023).

Penelitian oleh Zhou et al., (2022), menunjukkan bahwa *Perceived Green Finance* dapat mempengaruhi niat perilaku individu dalam menggunakan teknologi keuangan, terutama di kalangan perempuan yang lebih peduli terhadap isu – isu lingkungan. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji bagaimana *Perceived Green Finance* mempengaruhi niat perempuan di Palembang untuk menggunakan *Digital Payment* yang mendukung tujuan keberlanjutan lingkungan.

Meskipun telah banyak penelitian yang membahas literasi keuangan, toleransi risiko, dan perilaku pengguna *Digital Payment*, masih sedikit studi yang secara khusus memfokuskan perhatian pada perempuan sebagai subjek penelitian, terutama di Indonesia. Di Palembang, perempuan memainkan peran penting dalam pengelolaan keuangan rumah tangga, namun mereka masih menghadapi berbagai tantangan dalam penggunaan teknologi keuangan. Salah satunya adalah rendahnya literasi keuangan, yang dapat membatasi kemampuan mereka untuk membuat keputusan finansial yang tepat (McKinsey & Company, 2023). Selain itu, persepsi terhadap keuangan hijau masih belum banyak dipahami oleh perempuan di

Palembang (World Bank, 2023), sehingga mereka cenderung ragu untuk berpartisipasi dalam produk keuangan hijau yang ditawarkan oleh platform *Digital Payment* (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana *Overconfidence*, *Financial Literacy*, *Risk Tolerance*, dan *Perceived Green Finance* mempengaruhi keinginan perempuan untuk menggunakan *Digital Payment*. Studi ini sangat penting untuk meningkatkan pemahaman kita tentang perilaku keuangan perempuan dan membantu mengembangkan layanan keuangan digital yang lebih inklusif dan ramah lingkungan.

Penggunaan *Digital Payment* telah menjadi tren besar, tetapi masih banyak penelitian yang perlu dilakukan, terutama terkait dengan faktor – faktor yang memengaruhi niat perilaku (*Behavioral Intention*) perempuan saat menggunakan *Digital Payment* (Barber & Odean, 2001). Studi sebelumnya lebih banyak berkonsentrasi pada elemen teknologi seperti kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan namun jarang berkonsentrasi pada faktor psikologis seperti keyakinan berlebihan, literasi keuangan, toleransi risiko, dan persepsi tentang keuangan hijau (OECD, 2022).

Dalam konteks tujuan pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs), penelitian ini memiliki potensi besar untuk mendukung beberapa tujuan pencapaian SDGs, yaitu: SDG 1 (Pengentasan Kemiskinan), *Digital Payment* sering kali menawarkan layanan yang lebih terjangkau dan mudah diakses sehingga meningkatkan kontrol finansial

penggunanya yang dapat meningkatkan stabilitas ekonomi dan mengurangi kerentanan terhadap kemiskinan melalui inklusi digital (Yuliyanti & Mahmud, 2023). SDG 5 (Kesetaraan Gender), yang berfokus pada perempuan menjadikan penelitian ini terkait dengan kesetaraan gender, karena mencakup upaya untuk memahami dan mungkin mengatasi hambatan finansial dan psikologis yang dihadapi oleh perempuan dalam teknologi keuangan digital (Soejono & Mendari, 2022). SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), Overconfidence, Financial Literacy, dan Risk Tolerance merupakan komponen penting dalam menciptakan keputusan investasi yang lebih baik, yang dapat mendukung ekonomi local dan stabilitas keuangan jangka panjang (Ahmad Maqsood & Zulfqar Syed, 2022). ¹⁰⁴ SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab), penelitian ini menggunakan tentang niat perilaku yang terkait dengan keuangan hijau, yang ¹¹² mendukung konsumsi dan produksi yang lebih bertanggung jawab, salah satu prinsip keuangan berkelanjutan (Yang et al., 2021).

Untuk mengisi celah ini, penelitian ini akan menyelidiki bagaimana variabel – variabel ini berinteraksi dan berdampak pada keinginan perempuan Palembang untuk menggunakan *Digital Payment* (Chen & Volpe, 2021). Selain itu, penelitian ini akan meningkatkan pemahaman kita tentang perspektif perempuan tentang keuangan berkelanjutan, juga dikenal sebagai keuangan hijau, yang merupakan topik penting di zaman sekarang (World Bank, 2023).

Sebagaimana yang telah di jelaskan dalam paragraf sebelumnya penelitian ini memfokuskan pada empat faktor utama yang diperkirakan mempengaruhi niat perilaku perempuan di Palembang dalam menggunakan *Digital Payment*:

Overconfidence, *Financial Literacy*, *Risk Tolerance*, dan Persepsi terhadap keuangan berkelanjutan. Keempat faktor ini penting untuk diteliti karena dapat memengaruhi pengambilan keputusan perempuan dalam memanfaatkan teknologi *Digital Payment*, yang tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga mengubah cara mereka dalam mengelola risiko keuangan. Maka dari itu menarik untuk membahas “**Pengaruh *Overconfidence*, *Financial Literacy*, *Risk Tolerance*, dan *Perceived Green Finance* Terhadap *Behavioral Intention* Pada Pengguna *Digital Payment* Perempuan di Palembang**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti mengajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Overconfidence* terhadap *Behavioral Intention* pada Penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang?
2. Bagaimana Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Behavioral Intention* pada Penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang?
3. Bagaimana pengaruh *Risk Tolerance* terhadap *Behavioral Intention* pada Penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang?
4. Bagaimana pengaruh *Perceived Green Finance* terhadap *Behavioral Intention* pada Penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang?

² 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diungkapkan diatas, maka tujuan penelitian yang dirancang adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh *Overconfidence* terhadap *Behavioral Intention* pada Penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang.
2. Pengaruh *Financial Literacy* terhadap ⁸ *Behavioral Intention* pada Penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang.
3. Pengaruh *Risk Tolerance* terhadap ⁸ *Behavioral Intention* pada penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang.
4. Pengaruh *Perceived Green Finance* terhadap ⁸ *Behavioral Intention* pada Penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang.

³ 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian yang dapat diperoleh pada penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan dasar teoritis untuk studi perilaku keuangan, terutama tentang bagaimana *Overconfidence*, *Financial Literacy*, *Risk Tolerance*, dan *Perceived Green Finance* memengaruhi keinginan untuk menggunakan *Digital Payment*. Studi ini juga dapat mendukung *Theory of Planned Behavior* (Icek Ajzen, 1971), yang digunakan untuk memahami bagaimana norma subjektif, kontrol

perilaku, dan sikap memengaruhi niat perilaku seseorang dalam hal keuangan.

- b. Difokuskan pada perempuan sebagai subjek penelitian, penelitian ini memberikan perspektif baru dan memperluas pemahaman tentang bagaimana faktor psikologis dan finansial mempengaruhi perilaku keuangan perempuan. Diharapkan penelitian ini akan memperkaya literature tentang gender dan keuangan, terutama dalam konteks fintech dan keuangan digital, yang belum banyak dipelajari secara menyeluruh di Indonesia
 - c. Penelitian ini mengkaji literatur persepsi tentang keuangan hijau dan bagaimana hal ini mempengaruhi perilaku keuangan dalam konteks keberlanjutan. Dengan mempelajari persepsi tentang keuangan hijau, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana konsep keuangan hijau dapat digabungkan dengan teknologi keuangan digital
2. Manfaat Praktis
- a. Perusahaan *Financial Technology* dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk lebih memahami perilaku keuangan perempuan, terutama yang berkaitan dengan hal – hal psikologis seperti *Overconfidence* dan *Financial Literacy*. Layanan dan produk yang lebih inklusif dapat dibuat dengan menggunakan data ini, seperti program edukasi keuangan yang dapat membantu pelanggan menjadi lebih cerdas dan membuat pilihan yang lebih baik.

- b. Penelitian ini juga dapat membantu ⁷⁰ regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia membuat kebijakan yang mendukung inklusi perempuan ke dunia keuangan digital. Dengan memahami risiko dan kesulitan yang dihadapi perempuan, regulator dapat membuat kebijakan yang mendorong perempuan untuk belajar tentang keuangan dan mengelola risiko saat menggunakan *Digital Payment*.
- c. Penelitian ini dapat membantu meningkatkan kesadaran publik dan pelaku industri tentang pentingnya keuangan hijau dalam teknologi *Digital Payment*. Penyedia layanan keuangan dapat menggunakan data tentang persepsi perempuan terhadap keuangan hijau untuk membuat produk yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan serta mendorong gaya hidup yang mendukung keberlanjutan lingkungan

58
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Perilaku Keuangan (*Behavioral Finance Theory*)

Teori keuangan perilaku yang dikembangkan oleh Daniel Kahneman dan Amos Tversky pada tahun 1979, terutama melalui *Prospect Theory*, menjelaskan bagaimana individu membuat keputusan dalam situasi ketidakpastian dan risiko, mereka menunjukkan bahwa orang tidak selalu bertindak secara rasional sebaliknya, keputusan sering dipengaruhi oleh bias psikologis, seperti *loss aversion* (Robert, 1979). Fuller (2000), memberikan tiga definisi keuangan berperilaku. Yang pertama adalah integrasi ekonomi dan keuangan klasik dengan ilmu psikologi dan pembuatan keputusan, yang kedua adalah upaya untuk menjelaskan alasan beberapa kesalahan yang dilaporkan dan diamati dalam literatur keuangan, ketiga, keuangan berperilaku merupakan penelitian tentang bagaimana individu melakukan kesalahan sistematis (*systematically make errors*) dan kesalahan mental (*mental mistakes*). Singkatnya, keuangan berperilaku menjelaskan apa, mengapa, dan bagaimana mengelola keuangan berdasarkan persepsi manusia (Ricciardi & Simon, 2000).

2.2 *Overconfidence*

Overconfidence atau terlalu percaya diri merupakan kecenderungan seseorang untuk berpikir mereka tahu lebih dari apa yang mereka bisa, yang dapat berdampak pada keputusan keuangan, seperti menggunakan *Digital Payment*. Orang yang terlalu percaya diri cenderung melakukan transaksi tanpa mempertimbangkan risiko itu sendiri (Kusnadi & Prabowo, 2022). Penelitian yang

dilakukan Fischer & Gerhardt (2020), menemukan bahwa keyakinan yang berlebihan mendorong seseorang untuk melakukan transaksi ⁸² yang lebih besar dan mengambil risiko yang lebih besar saat menggunakan teknologi keuangan.

Salah satu studi oleh Sari & Rahmawati (2021), menemukan bahwa seseorang yang sangat percaya diri saat menggunakan aplikasi *Digital Payment* cenderung mengabaikan prosedur keamanan karena mereka percaya tidak akan menjadi korban penipuan. Di sisi lain, penelitian oleh Wahyu & Sari (2024), menemukan bahwa keyakinan berlebihan juga dapat mempengaruhi cara pengguna melihat keuntungan *Digital Payment*. Mereka menemukan bahwa seseorang yang terlalu yakin cenderung melihat keuntungan menggunakan *Digital Payment* dengan terlalu positif tanpa mempertimbangkan kerugian atau risiko yang mungkin terjadi.

Dari penelitian – penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Overconfidence* dapat mendorong orang untuk mencoba teknologi baru, tetapi seringkali disertai dengan mengabaikan risiko dan keamanan. Jika dibandingkan penelitian Sari & Rahmawati (2021), menekankan pentingnya kesadaran akan risiko, sementara Wahyu & Sari (2024), menunjukkan bahwa persepsi positif yang berlebihan dapat menyebabkan keputusan yang tidak rasional.

2.2.1 Faktor – Faktor *Overconfidence*

Menurut Halim & Sari (2022), beberapa faktor yang mempengaruhi *Overconfidence* antara lain :

1. Pengalaman Pribadi

Pengalaman sebelumnya dapat membuat seseorang lebih percaya diri.

Orang – orang yang telah sukses dalam membuat keputusan investasi atau transaksi keuangan sebelumnya mungkin merasa lebih yakin dalam kemampuan mereka ¹¹⁰ untuk melakukan hal yang sama di masa depan.

2. Informasi yang Tidak Lengkap

Orang – orang cenderung membuat penilaian yang terlalu optimis tentang keadaan mereka ¹¹³ jika mereka tidak memiliki informasi yang cukup atau lengkap. Hal ini dapat menyebabkan mereka merasa lebih percaya diri daripada yang seharusnya

3. Bias Kognitif

Bias konfirmasi, misalnya dapat menyebabkan keyakinan yang berlebihan.

Individu biasanya mencari informasi yang mendukung keyakinan mereka dan mengabaikan informasi yang bertentangan, yang dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka.

4. Sikap Positif

Individu dapat menjadi lebih percaya diri jika melihat risiko dan tantangan dengan pandangan yang positif. Orang yang optimis mungkin lebih cenderung mengambil risiko tanpa mempertimbangkan kerugian keuangan yang mungkin terjadi.

5. Pengaruh Sosial

Norma kelompok dan lingkungan social juga dapat mempengaruhi tingkat keyakinan yang berlebihan. Seseorang mungkin merasa terdorong untuk berperilaku seperti orang – orang yang percaya diri.

2.2.2 Indikator *Overconfidence*

Ada 3 (tiga) indikator dalam menentukan Jannah & Ady (2017), yaitu :

1. Keyakinan terhadap pilihan Digital Payment

Tingkat kepercayaan diri seseorang bahwa pilihan layanan *Digital Payment* yang dipilihnya adalah yang terbaik.

2. Kepercayaan diri dalam keterampilan *Digital Payment*

Keyakinan individu bahwa dirinya ⁸¹memiliki kemampuan yang lebih baik dibandingkan orang lain dalam menggunakan layanan *Digital Payment*.

3. Keterampilan dan pengalaman dalam *Digital Payment*

Tingkat pengalaman dan keahlian yang dimiliki seseorang dalam menggunakan layanan *Digital Payment*.

2.2.3 Manfaat *Overconfidence*

Menurut Robert Paul Singh (2020), berikut adalah beberapa manfaat yang memengaruhi *Overconfidence*:

1. Pengambilan Risiko Berani

Individu yang memiliki *Overconfidence* cenderung lebih berani mengambil risiko, yang dapat membuka peluang baru dan inovatif, dimana

kepercayaan diri yang tinggi dapat mendorong apabila ingin membuka usaha baru meskipun ada ketidakpastian dan risiko tinggi.

2. Peningkatan Motivasi dan Ketahanan

Overconfidence dapat meningkatkan motivasi seseorang untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi. Individu yang percaya diri lebih cenderung untuk tidak mudah menyerah ketika menghadapi tantangan, sehingga meningkatkan kemungkinan keberhasilan.

3. Memfasilitasi Penggunaan Teknologi

Overconfidence dapat mendorong individu untuk lebih cepat mengadopsi teknologi baru seperti layanan keuangan digital, yang dapat memperbaiki efisiensi dan hasil investasi.

³ 2.3 Financial Literacy

Financial Literacy atau literasi keuangan merupakan sebuah kemampuan individu atau organisasi dalam memahami serta menggunakan berbagai ketrampilan finansial, seperti manajemen uang, investasi, dan pengambilan keputusan yang cerdas (Klapper et al., 2020). *Financial Literacy* juga dapat untuk memahami informasi keuangan, termasuk dalam penggunaan metode pembayaran digital. Peningkatan literasi keuangan sangat penting untuk memastikan bahwa individu dapat menggunakan teknologi *Digital Payment* dengan aman dan efisien (Kusnadi & Prabowo, 2022). Individu dengan pengetahuan keuangan yang baik dapat menggunakan *Digital Payment* dengan lebih baik. Ini termasuk memilih metode pembayaran yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka dan memahami biaya yang terkait (Sari & Rahmawati, 2021). *Financial Literacy* sangat penting

untuk mengurangi risiko membuat keputusan keuangan yang buruk, terutama saat menggunakan *Digital Payment*. Individu yang memiliki *Financial Literacy* tinggi cenderung lebih bijaksana dalam memahami risiko dan biaya tersembunyi yang mungkin muncul saat menggunakan teknologi *Digital Payment* (Morgan & Trinh, 2020). Edukasi keuangan yang mencakup aspek *Digital Payment* dapat meningkatkan tingkat kepercayaan pengguna dalam bertransaksi secara online, yang pada akhirnya dapat mempercepat adopsi teknologi ini secara lebih luas (Putri & Hidayati, 2023).

2.3.1 Faktor – Faktor *Financial Literacy*

Menurut (Arshad & Kurniawan 2020), berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi *Financial Literacy* :

1. Pendidikan Formal

Pendidikan formal sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan keuangan. Mereka yang beruntung mendapatkan pendidikan keuangan di institusi pendidikan tinggi cenderung lebih memahami konsep keuangan.

2. Pengalaman Pribadi

Dengan adanya pengalaman mengelola keuangan, seperti berinvestasi atau mengelola anggaran, dapat membantu seseorang menjadi lebih sadar keuangan. ⁸⁸ Pengalaman ini dapat membantu mereka memahami manfaat dan risiko dari berbagai pilihan keuangan.

3. Akses Terhadap Informasi

Mendapatkan akses mudah ke informasi tentang keuangan, baik dalam bentuk *digital* maupun cetak, sangat penting untuk meningkatkan pemahaman seseorang tentang keuangan sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik dan bijaksana.

4. Sikap Terhadap Uang

Persepsi dan perilaku seseorang tentang uang juga berdampak pada literasi keuangan mereka. Orang – orang yang optimis tentang pengelolaan keuangan cenderung lebih ingin belajar dan menerapkan apa yang mereka ketahui.

5. Dukungan Sosial

Teman, keluarga, atau komunitas dapat membantu seseorang lebih memahami keuangan. Ketika mereka berbicara tentang keuangan, mereka dapat lebih memahaminya karena sudah tidak asing dengan pengalaman yang ada.

6. Penggunaan Teknologi

Financial Literacy dipengaruhi oleh kemampuan untuk menggunakan teknologi seperti aplikasi keuangan dan platform digital. Seseorang dapat memperoleh alat untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dengan bantuan teknologi.

2.3.2 Indikator *Financial Literacy*

Ada 3 (tiga) indikator dalam menentukan *Financial Literacy* Lusardi (2019), yaitu :

1. Pengetahuan tentang Bunga Majemuk dalam *Digital Payment*

Tingkat pemahaman seseorang mengenai bagaimana bunga majemuk dapat berperan dalam transaksi atau layanan keuangan berbasis digital, seperti tabungan atau investasi digital yang memberikan bunga pada saldo.

2. Pengetahuan tentang Inflasi dalam *Digital Payment*

Seberapa jauh pengguna memahami dampak inflasi terhadap nilai uang yang disimpan atau diinvestasikan melalui layanan *Digital Payment*, serta bagaimana hal ini mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan layanan tersebut.

3. Pengetahuan tentang Diversifikasi Risiko dalam *Digital Payment*

Tingkat pemahaman seseorang tentang bagaimana diversifikasi risiko dapat diterapkan dalam pengelolaan keuangan digital, termasuk investasi atau layanan keuangan digital yang memungkinkan pengguna menyebarkan asset mereka untuk mengurangi risiko.

2.3.3 Manfaat *Financial Literacy*

Menurut Chen & Volpe (2020), berikut adalah beberapa manfaat yang mempengaruhi *Financial Literacy*.

1. Pengelolaan Keuangan Lebih Baik

Membantu individu memahami bagaimana *Digital Payment* dapat memudahkan pengelolaan keuangan sehari – hari, seperti pengaturan anggaran, pelacakan pengeluaran, dan memaksimalkan efisiensi pembayaran.

2. Peningkatan Keamanan dan Penghindaran Risiko

Individu yang memiliki *Financial Literacy* yang baik lebih paham mengenai keamanan bertransaksi menggunakan layanan digital, termasuk bagaimana melindungi data pribadi dan menghindari penipuan.

3. Pemanfaatan Teknologi Finansial

Memperluas akses ke layanan keuangan, seperti pembayaran tagihan, transfer uang, dan belanja online, yang semuanya dilakukan cepat dan efisien.

4. Penghematan Biaya

Individu bisa membandingkan biaya transaksi dan memilih metode pembayaran yang lebih ekonomis.

5. Inklusi Keuangan

Mendorong adopsi *Digital Payment* oleh masyarakat luas, terutama di daerah yang belum terjangkau layanan keuangan tradisional, sehingga memperluas akses terhadap sistem keuangan.

¹³ 2.4 Risk Tolerance

Risk Tolerance atau Toleransi Risiko, merujuk pada tingkat risiko yang dapat diambil seseorang saat membuat keputusan keuangan, termasuk menggunakan *Digital Payment*. Menurut Halim & Sari (2022), *Risk Tolerance* merupakan kemampuan dan kesediaan seseorang untuk mengambil risiko dalam keputusan keuangan, yang dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti pengalaman, pengetahuan, dan kondisi psikologis. Individu yang memiliki *Risk*

Tolerance yang tinggi lebih cenderung mengadopsi teknologi baru, meskipun ada kemungkinan risiko seperti privasi atau keamanan data (Farrel et al., 2020). Nair & Kamalanabhan (2022), menambahkan pengguna yang sudah terbiasa dengan inovasi teknologi seperti *Digital Payment* sering memiliki *Risk Tolerance* yang lebih tinggi.

Penelitian terdahulu menunjukkan dalam hal *Digital Payment*, *Risk Tolerance* yang tinggi dikaitkan dengan adopsi *Financial Technology* seperti dompet digital. Menurut Niu & Zhou (2021), Orang – orang yang optimis tentang keamanan teknologi lebih cenderung menggunakan layanan ini secara teratur. Sebaliknya menurut Anton & Enea (2021), menemukan bahwa pengguna dengan *Risk Tolerance* yang lebih rendah, terutama perempuan, lebih ragu untuk menggunakan *Digital Payment*. Mereka merasa lebih mungkin kehilangan uang atau mengalami masalah keamanan. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Risk Tolerance* berdasarkan pengetahuan teknologi dan demografi berbeda.

Bergantung pada populasi dan kondisi lingkungan, penelitian – penelitian ini menawarkan berbagai perspektif. Niu & Zhou (2021), berkonsentrasi pada pengguna yang paham teknologi. Sementara Anton & Enea (2021), melihat pengguna yang mungkin memiliki keterbatasan literasi digital. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik pribadi bukan satu – satunya faktor yang memengaruhi *Risk Tolerance*, *Financial Literacy* dan kepercayaan pada keamanan teknologi juga merupakan faktor yang memengaruhi *Risk Tolerance*.

2.4.1 Faktor – Faktor *Risk Tolerance*

Menurut Halim & Sari (2022), beberapa faktor yang mempengaruhi *Risk Tolerance* antara lain :

1. Pengalaman Pribadi

Pengalaman sebelumnya dengan investasi atau transaksi keuangan dapat memengaruhi tingkat toleransi risiko seseorang. Orang yang pernah mengalami kerugian mungkin menjadi lebih berhati – hati, sementara orang yang memiliki pengalaman positif lebih berani mengambil risiko.

2. Demografi

Faktor demografi seperti usia, pendidikan, dan pendapatan juga dapat memengaruhi tingkat toleransi risiko seseorang. Individu yang lebih muda dan berpendidikan cenderung lebih berani mengambil risiko.

3. Psikologi

Faktor psikologis, seperti keyakinan diri dan sikap terhadap risiko, dapat memengaruhi toleransi risiko. Orang – orang yang percaya pada kemampuan mereka untuk mengelola risiko cenderung memiliki toleransi yang lebih besar.

4. Keadaan Keuangan

Keadaan keuangan seseorang, seperti stabilitas pendapatan dan jumlah tabungan, memengaruhi toleransi risiko mereka. Mereka yang memiliki cadangan yang cukup mungkin lebih siap untuk mengambil risiko daripada mereka yang memiliki kondisi keuangan yang lebih ketat.

5. Literasi Keuangan

Seberapa pemahaman seseorang dengan keuangan mereka dapat memengaruhi cara mereka memahami risiko dan imbal hasil. Orang – orang yang lebih paham dengan keuangan cenderung lebih mampu menilai risiko dan membuat keputusan yang lebih cerdas.

2.4.2 Indikator *Risk Tolerance*

Ada 3 (tiga) indikator dalam menentukan *Risk Tolerance* (Hermansson & Jonsson 2021) :

1. Penerimaan Risiko Terhadap Tabungan

Kemampuan dan kesiapan individu untuk menerima kerugian sebagian dari tabungannya dengan harapan mendapatkan pengembalian yang lebih besar di masa depan.

2. Keyakinan dalam Pengambilan Risiko

Pandangan atau keyakinan bahwa seseorang harus mengambil risiko untuk mencapai tujuan atau mendapatkan hasil yang lebih besar, menunjukkan sikap proaktif terhadap risiko.

3. Kesiapan Meningkatkan Risiko demi Pengembalian yang Lebih Tinggi

Keinginan individu untuk meningkatkan tingkat risiko investasi karena merasa pengembalian saat ini terlalu rendah, menunjukkan sikap yang berorientasi pada pengembalian tinggi meskipun risikonya meningkat.

2.4.3 Manfaat *Risk Tolerance*

Menurut J. Kaur et al., (2020), berikut adalah beberapa manfaat yang mempengaruhi *Risk Tolerance* :

1. Pengambilan Keputusan Lebih Berani

Individu dengan toleransi risiko yang tinggi lebih bersedia mengambil keputusan investasi atau keuangan yang memiliki potensi hasil lebih besar.

2. Fleksibilitas dalam Beradaptasi

Memungkinkan individu untuk lebih fleksibel dalam menghadapi tren pasar atau teknologi, seperti mengadopsi *Digital Payment* atau teknologi baru lainnya, meskipun terdapat ketidakpastian.

3. Peningkatan Peluang Pertumbuhan

Individu lebih mengeksplorasi peluang baru, termasuk investasi pasar keuangan yang fluktuatif atau mencoba layanan keuangan baru, yang dapat mendorong pertumbuhan asset mereka.

4. Inovasi dan Eksplorasi

Individu cenderung menjadi innovator dengan mencoba metode baru dan berani bereksperimen dengan teknologi baru, termasuk dalam cara mereka melakukan pembayaran atau mengelola keuangan.

2.5 *Perceived Green Finance*

Perceived Green Finance merupakan persepsi seseorang atau masyarakat terhadap ide keuangan hijau, yang menuju pada inisiatif keuangan yang mendukung investasi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. *Perceived Green Finance*

mencakup pemahaman masyarakat tentang keuntungan dan risiko, serta tingkat penerimaan atau minat masyarakat terhadap barang dan jasa keuangan yang mendukung tujuan lingkungan seperti efisiensi energi, mitigasi perubahan iklim, dan perlindungan sumber daya alam (Zhang et al., 2021). Faktor – faktor seperti pengetahuan keuangan, kesadaran lingkungan, dan pengalaman sebelumnya dengan produk keuangan hijau dapat memengaruhi cara seseorang melihat keuangan hijau. Seseorang yang lebih sadar akan masalah lingkungan cenderung melihat keuangan hijau dengan cara yang lebih positif (Mir & Bhat, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Kaur & Grover (2021), menunjukkan bahwa pandangan positif tentang *Green Finance* dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan metode *Digital Payment* yang lebih ramah lingkungan. Pelanggan yang menyadari bagaimana transaksi mereka berdampak pada lingkungan lebih cenderung menggunakan aplikasi pembayaran yang mendukung inisiatif keberlanjutan. Ketika individu percaya bahwa metode pembayaran digital mereka dapat berdampak positif terhadap lingkungan, mereka lebih cenderung untuk berinvestasi dalam produk keuangan yang ramah lingkungan. Ini menunjukkan bahwa persepsi *Green Finance* dapat mendorong penggunaan pembayaran digital yang lebih luas.

Dari dua penelitian tersebut, menunjukkan korelasi yang signifikan antara persepsi tentang *Green Finance* dan penggunaan pembayaran digital. Kaur & Grover (2021), menyatakan bahwa kesadaran akan dampak lingkungan sangat penting saat memilih metode pembayaran. Di sisi lain, Tandukar (2021), mengatakan bahwa jika

pengguna melihat dampak positif dari *Digital Payment*, mereka mungkin lebih tertarik untuk berinvestasi dalam produk keuangan yang lebih berkelanjutan.

2.5.1 Faktor – Faktor *Perceived Green Finance*

Menurut Agrawal et al., (2023), *Perceived Green Finance* merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana seseorang atau organisasi melihat keuangan dengan fokus pada keberlanjutan lingkungan. Beberapa faktor yang memengaruhi *Perceived Green Finance* termasuk :

1. Kesadaran Lingkungan

Orang – orang yang sangat peduli dengan lingkungan cenderung lebih menghargai dan memahami pentingnya uang hijau. Kesadaran ini mungkin mendorong mereka untuk berinvestasi dalam produk keuangan yang ramah lingkungan.

2. Literasi Keuangan

Orang – orang yang ¹¹⁸memiliki literasi keuangan yang baik dapat memahami produk keuangan hijau dan manfaatnya. Mereka yang memiliki keuangan yang lebih baik mampu menilai imbal hasil dan risiko investasi yang berkelanjutan.

3. Pengalaman sebelumnya

Dengan adanya produk keuangan dapat memengaruhi persepi tentang keuangan hijau. Jika seseorang pernah mendapatkan keuntungan dari investasi hijau, lebih cenderung untuk melakukan investasi serupa lagi di masa depan.

4. Dukungan Kebijakan

Kebijakan dan regulasi pemerintah yang mendukung keuangan hijau dapat meningkatkan persepsi masyarakat yang lebih positif. Lebih mungkin bagi orang untuk berpartisipasi dalam inisiatif keuangan yang berkelanjutan ketika pemerintah menawarkan insentif atau dukungan.

5. Faktor ¹² Sosial dan Budaya

Nilai – nilai sosial dan budaya memengaruhi pandangan orang tentang keuangan hijau. Konsep keuangan hijau mungkin lebih diterima di lingkungan yang mendukung keberlanjutan.

2.5.2 Indikator *Perceived Green Finance*

Ada 5 (lima) indikator dalam menentukan *Perceived Green Finance* (Taking, 2019):

1. Persepsi Pengurangan Emisi Karbon

Keyakinan penggunaan digital dapat membantu mengurangi emisi karbon, mencerminkan pandangan individu tentang dampak positif layanan ini terhadap lingkungan.

2. Persepsi Pengurangan Polusi

Pandangan bahwa menggunakan layanan *Digital Payment* berkontribusi pada pengurangan polusi, yang menunjukkan kesadaran lingkungan terkait penggunaan teknologi.

3. Persepsi Pengurangan Timbunan Sampah

Keyakinan bahwa layanan *Digital Payment* mengurangi timbunan sampah (misalnya, mengurangi penggunaan kertas), mengindikasikan kepedulian terhadap pengelolaan limbah.

4. Persepsi Pengurangan Penggunaan Energi

Pemahaman bahwa layanan *Digital Payment* membantu mengurangi penggunaan energi, mencerminkan penilaian terhadap efisiensi energi yang dihasilkan dari adopsi teknologi.

5. Dukungan Terhadap Penggunaan Sumber Daya Alam Berkelanjutan

Keyakinan bahwa *Digital Payment* mendukung inisiatif yang lebih berkelanjutan dalam penggunaan SDA dan menunjukkan pandangan bahwa teknologi ini sejalan dengan prinsip – prinsip keberlanjutan.

2.5.3 Manfaat *Perceived Green Finance*

Menurut Penelitian oleh Zhang (2022), berikut adalah beberapa manfaat yang mempengaruhi *Perceived Green Finance* :

1. Mendorong Investasi Berkelanjutan

Mendorong individu dan institusi untuk mengalokasikan dana mereka ke proyek – proyek yang ramah lingkungan, seperti energi terbarukan atau praktik bisnis yang berkelanjutan.

2. Meningkatkan Kesadaran Lingkungan

Masyarakat lebih sadar akan dampak lingkungan dari investasi mereka. Ini mendorong perilaku finansial yang lebih bertanggung jawab dan

mendorong penggunaan produk dan layanan keuangan yang mendukung tujuan – tujuan keberlanjutan.

3. Mengurangi Risiko Lingkungan Jangka Panjang

Mengurangi risiko lingkungan dan sosial jangka panjang dengan mendukung proyek yang berfokus pada mitigasi perubahan iklim, konservasi sumber daya, dan pengelolaan polusi.

4. Mendorong Inovasi Keuangan

Memotivasi institusi keuangan untuk mengembangkan produk – produk baru yang berorientasi pada keberlanjutan, seperti obligasi hijau dan pinjaman dengan dampak lingkungan positif.

5. Meningkatkan Reputasi Perusahaan

Perusahaan yang terlibat dalam *Green Finance* sering kali dipandang lebih positif oleh masyarakat dan investor, yang dapat meningkatkan reputasi mereka serta menarik lebih banyak pelanggan dan investor yang peduli lingkungan.

2.6. Behavioral Intention

Behavioral Intention merupakan ⁹ niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu, niat perilaku sering digunakan untuk memprediksi perilaku di masa depan. Dalam hal teknologi dan keuangan, khususnya dalam hal *Digital Payment*, niat perilaku menjadi indikator penting untuk menentukan seberapa besar kemungkinan seseorang akan menggunakan metode *Digital Payment*. Menurut Andrianto (2020), kemudahan penggunaan aplikasi *Digital Payment* sangat memengaruhi niat perilaku pengguna. Jika aplikasi tersebut mudah digunakan,

pengguna lebih cenderung menggunakan *Digital Payment*. Zhao et al., (2021), menemukan bahwa niat perilaku dalam *Digital Payment* dapat dipengaruhi oleh faktor risiko, termasuk risiko keamanan data. Meskipun banyak individu tertarik pada kemudahan dan fleksibilitas *Digital Payment*, kekhawatiran tentang keamanan data dan kemungkinan kerugian finansial dapat mengurangi keinginan mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

Penelitian oleh Abdullah et al., (2022), menemukan bahwa ekspektasi kinerja yang tinggi dari sistem pembayaran digital seperti QRIS meingkatkan keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut. Pelanggan yang percaya bahwa *Digital Payment* akan lebih efisien cenderung lebih suka menggunakannya. Sedangkan Menurut Andrianto (2020), kecenderungan untuk menggunakan aplikasi *Digital Payment* sangat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaannya, aplikasi yang mudah digunakan membuat individu lebih cenderung menggunakan *Digital Payment*, ini menunjukkan bahwa antarmuka yang ramah pengguna sangat penting untuk menarik pengguna baru.

Dari kedua penelitian ini menunjukkan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi niat perilaku terhadap pembayaran digital memiliki beberapa perbedaan. Abdullah et al., (2022), menggaris bawahi pentingnya ekspektasi kinerja, yang menunjukkan bahwa pengguna akan lebih cenderung menggunakan teknologi jika mereka yakin akan memberikan manfaat nyata. Sebaliknya, Andrianto (2020), menekankan bahwa kemudahan penggunaan sangat penting, dan mengatakan bahwa jika antarmuka yang tidak ramah pengguna tidak ada, keinginan untuk menggunakan *Digital Payment* dapat menurun.

2.6.1 Faktor – Faktor *Behavioral Intention*

Menurut Hidayatullah et al., (2020), faktor – faktor yang memengaruhi *Behavioral Intention* dalam penggunaan teknologi, termasuk *Digital Payment*, dapat dibagi menjadi beberapa faktor yang diidentifikasi dalam penelitian :

1. Ekspektasi Kinerja

Istilah yang mengacu pada keyakinan pengguna bahwa menggunakan teknologi tertentu akan membuat mereka lebih baik dalam menyelesaikan tugas tertentu. Dalam hal *Digital Payment*, Seseorang lebih cenderung menggunakan metode ini jika dianggap lebih cepat dan efektif.

2. Kemudahan Penggunaan

Mencakup seberapa mudah teknologi digunakan oleh seseorang, Seseorang akan lebih suka menggunakan aplikasi *Digital Payment* yang memiliki antarmuka yang mudah digunakan dan ramah lingkungan.

3. Pengaruh Sosial

Mencakup pengaruh teman, keluarga, atau rekan kerja seseorang. Jika orang – orang di sekitar menggunakan dan menganjurkan *Digital Payment*, mereka lebih mungkin untuk mengikuti jejaknya.

4. Kondisi yang Memfasilitasi

Termasuk elemen luar yang mendukung penggunaan teknologi, seperti infrastruktur yang memadai dan aksesibilitas. Seseorang akan lebih cenderung menggunakan *Digital Payment* jika mereka memiliki akses yang baik ke teknologi dan dapat membantu.

5. Persepsi Keamanan

Memahami bagaimana menjaga keamanan transaksi digital sangat penting. Seseorang akan lebih menggunakan metode *Digital Payment* jika yakin bahwa data pribadinya aman

2.6.2 Indikator *Behavioral Intention*

Ada 3 (tiga) indikator dalam menentukan *Behavioral Intention* (Venkatesh, 2016).

1. Niat untuk Menggunakan Layanan *Digital Payment*

Kesiapan dan keinginan individu untuk menggunakan layanan *Digital Payment* jika memiliki akses, menunjukkan sikap positif terhadap teknologi tersebut.

2. Konsistensi dalam Penggunaan *Digital Payment*

Kesediaan untuk mencoba dan mengintegrasikan pembayaran digital secara konsisten dalam kehidupan sehari – hari, mencerminkan tingkat adopsi yang berkelanjutan.

3. Niat Penggunaan di Masa Depan

Keinginan dan rencana individu untuk menggunakan layanan *Digital Payment* di masa depan, menunjukkan ekspektasi keberlanjutan dan kepuasan dalam menggunakan teknologi tersebut.

2.6.3 Manfaat *Behavioral Intention*

Menurut Penelitian oleh Venkatesh (2021), berikut adalah beberapa manfaat yang mempengaruhi *Behavioral Intention* :

1. Mendorong Aplikasi Teknologi Baru

⁶ Semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan layanan *Digital Payment*, semakin besar kemungkinan mereka akan menggunakannya secara nyata, yang pada akhirnya mempercepat adopsi teknologi baru.

2. Memperkuat Loyalitas Pengguna

⁶ Ketika seseorang memiliki niat kuat untuk terus menggunakan suatu layanan aplikasi *Digital Payment*, hal ini meningkatkan loyalitas jangka panjang terhadap layanan tersebut.

3. Meningkatkan Kinerja dan Efektivitas Sistem

Membantu memprediksi penggunaan layanan secara berkelanjutan, yang penting bagi pengembang dan penyedia layanan untuk memastikan efektivitas dan kepuasan pengguna.

4. Pengambilan Keputusan Finansial yang Lebih Baik

¹⁰² Memotivasi individu untuk membuat keputusan yang lebih baik terkait pengelolaan uang, seperti niat untuk berinvestasi, menabung, atau menggunakan metode pembayaran ramah lingkungan.

5. Mendukung Perubahan Perilaku yang Berkelanjutan

Individu dengan niat yang kuat untuk mengurangi penggunaan uang tunai demi *Digital Payment* lebih mungkin untuk mempertahankan perilaku tersebut dalam jangka panjang.

2.7 Penelitian Terdahulu

Menurut Sugiono (2020), Penelitian sebelumnya adalah penelahaan terhadap karya – karya yang topiknya berkaitan atau serupa dengan penelitian yang

sedang dilaksanakan. Hal ini bertujuan untuk mencegah terjadinya duplikasi, plagiarisme, serta memastikan keaslian dan validitas penelitian yang sedang dilakukan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama	Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	<i>The effect of Financial Literacy, Overconfidence, And Risk Tolerance On Investment Decision</i>	Nur Yulianis, Ema Sulistyowati	2021	<i>Financial Literacy & Overconfidence berpengaruh terhadap keputusan investasi</i>	Menguji pengaruh literasi keuangan dan Overconfidence	Fokus pada keputusan investasi, bukan perilaku penggunaan pembayaran digital.
2.	<i>Effect of Digital Finance on Green Innovation</i>	Quan – Jing Wang, Kai Tang, Hai – Qing Hu	2020	<i>Digital finance berpengaruh pada Green Innovation</i>	Relevan dengan Green Finance	Fokus pada inovasi perusahaan, bukan perilaku pengguna individu
3.	<i>Toward the Digital Economy: Mobile Payment Affecting Sustainable Consumption Behavior</i>	Jing Yuan, Songyu Jiang, Bethzaida	2023	<i>Perceived Risk berpengaruh negatif pada penggunaan Digital Payment.</i>	Fokus pada Perceived Risk dan konsumsi digital	Fokus pada perilaku konsumsi, bukan green finance.
4.	<i>The influence of Financial Literacy, Investment Experience, and Overconfidence</i>	Dessy dan Andini	2023	<i>Overconfidence berpengaruh, Financial Literacy tidak berpengaruh</i>	Fokus pada Financial Literacy dan Overconfidence	Fokus pada mahasiswa manajemen

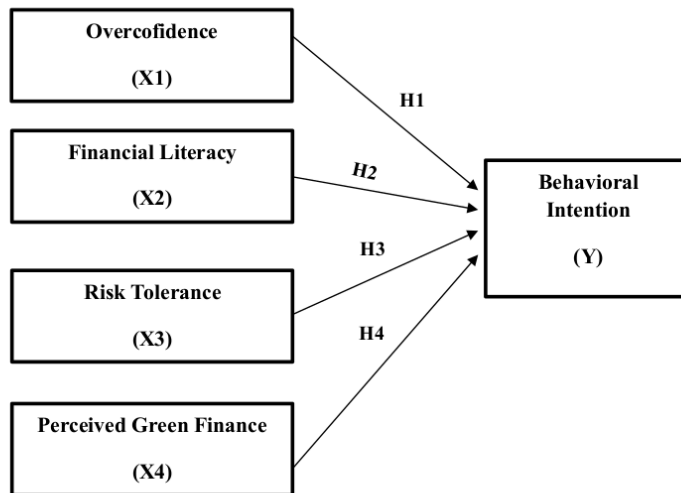
	<i>nce on Investment Decisions</i>					
5.	<i>Overconfidence Heuristic – Driven Bias in Investment Decision – Making and Performance</i>	Maqsood dan Shah	2020	<i>Overconfidence</i> mempengaruhi keputusan investasi, dimediasi oleh <i>Risk Perception</i>	Sama – sama mengukur <i>overconfidence</i> dan <i>Financial Literacy</i>	Fokus pada investor, bukan konsumen <i>Digital Payment</i> .
6.	<i>Behavioral Finance Provides Insights into Risk Perception and Risk Management</i>	Jing Xu	2023	<i>Overconfidence</i> tidak mempengaruhi perilaku risiko.	Sama – sama meneliti perilaku risiko dan <i>Overconfidence</i>	Fokus pada manajemen risiko bukan penggunaan <i>Digital Payment</i> .
7.	<i>Overconfidence in financial knowledge associated with financial risk tolerance in older adults</i>	Gregory R. Samanez – Larkin	2020	Tidak ada hubungan antara <i>overconfidence</i> dan <i>Risk Aversion</i>	Sama – sama meneliti <i>Financial Literacy</i> dan <i>Overconfidence</i>	Fokus pada lansia, bukan pengguna perempuan.
8.	<i>Risk tolerance as mediating factor in individual financial investment decisions.</i>	Hussain dan Rasheed	2023	Mediasi <i>Risk Tolerance</i> tidak berpengaruh signifikan	Sama – sama meneliti <i>Financial Literacy</i> dan <i>Overconfidence</i> .	Fokus pada keputusan investasi, bukan <i>Digital Payment</i> .
9.	<i>Investigating The Mediating Role of Financial Literacy on</i>	Tahira Iram et al.	2023	<i>Overconfidence</i> berpengaruh pada keputusan investasi, <i>Financial</i>	Fokus pada <i>Financial Literacy</i> sebagai mediator	Hanya mengkhususkan pada wirausaha

	<i>Women Entrepreneurs' Behavioral Issues</i>			<i>Literacy</i> sebagai mediator		perempuan.
10.	<i>Evaluation of investment preference with phantasy, emotional intelligence, confidence, trust, financial literacy and risk preference.</i>	Aren dan Hamam ci	2022	<i>Emotional Intelligence</i> dan <i>Financial Literacy</i> tidak berpengaruh	Sama – sama meneliti <i>Financial Literacy</i> dan <i>Overconfidence</i> .	Fokus pada preferensi investasi bukan perilaku penggunaan <i>Digital Payment</i> .

Sumber : Diolah Penulis (2024).

2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir merupakan struktur konseptual yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel atau konsep yang terlibat dalam penelitian. Menurut Creswell & Poth (2020), menyatakan bahwa kerangka berpikir membantu peneliti memvisualisasikan bagaimana teori yang digunakan terkait dengan pertanyaan peneliti dan bagaimana metode yang akan digunakan akan berhubungan dengannya.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

61

2.9 Hubungan Antar Variabel

2.9.1 Pengaruh *Overconfidence* Terhadap *Behavioral Intention*

Overconfidence merupakan kecenderungan psikologis di mana individu memiliki keyakinan yang berlebihan tentang kemampuan, pengetahuan, atau penilaian mereka dalam membuat keputusan (Moorthy & Radha, 2022). Menurut Rabbai et al., (2023), dalam penelitiannya menekankan bahwa persepsi keamanan digital mempengaruhi kepercayaan dan niat perilaku dalam penggunaan dompet digital, yang sering dipengaruhi oleh rasa percaya diri yang berlebihan terhadap keamanan teknologi. Beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh *Overconfidence* terhadap *Behavioral Intention*, dimana penelitian dilakukan Cafferata et al., (2023), dimana jurnal tersebut menjelaskan bahwa individu yang

Overconfidence lebih cenderung menyatakan niat untuk menggunakan senjata, yang menunjukkan pengaruh positif dari Overconfidence terhadap Behavioral Intention yang lebih berisiko. Menurut Villanueva & Martins (2022), dalam penelitiannya juga menunjukkan pengaruh positif dari *Overconfidence* berpengaruh signifikan pada *Behavioral Intention* terkait pengambilan risiko dalam wirausaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa efek *Overconfidence* mungkin tidak sekuat yang diperkirakan dalam mempengaruhi *Behavioral Intention* dalam keputusan finansial.

2.9.2 Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Behavioral Intention*

Financial Literacy merupakan kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan informasi keuangan ¹¹⁴ untuk membuat keputusan yang tepat dan efektif dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi (Aprea & Lusardi, 2021). *Financial Literacy* meningkatkan pemahaman konsumen tentang manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi *Digital Payment* sehingga secara langsung *Financial Literacy* mempengaruhi niat untuk menggunakan uang elektronik (Satoto & Putra, 2021). ¹⁶ Penelitian yang dilakukan oleh Peiris (2021), menemukan *Financial Literacy* memiliki pengaruh positif langsung terhadap perilaku menabung, dengan niat untuk menabung sebagai mediator sehingga mendorong intensi perilaku menabung lebih tinggi.

2.9.3 Pengaruh *Risk Tolerance* Terhadap *Behavioral Intention*

Risk Tolerance merupakan tingkat kesiapan individu untuk menerima risiko yang terkait dengan keputusan investasi atau keuangan (Wang & Zhang, 2023). Dalam penelitian Pal et al., (2020), menemukan bahwa meskipun individu tertarik oleh kenyamanan, risiko finansial dan keamanan memainkan peran penting

membatasi intensi penggunaan *mobile payment*. *Financial Risk Tolerance* berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan literasi keuangan digital, pengalaman investasim dan perilaku *e-payment* terhadap intensi investasi (Dewi et al., 2023).

2.9.4 Pengaruh *Perceived Green Finance* Terhadap *Behavioral Intention*

Perceived Green Finance mengacu pada pandangan dan sikap individu mengenai produk dan investasi yang berfokus pada keberlanjutan dan perlindungan lingkungan. Ini mencakup pemahaman tentang manfaat jangka panjang dari investasi hijau, termasuk kontribusinya terhadap pengurangan emisi karbon, perlindungan sumber daya alam, dan dampak sosial yang positif (Zhang, Zhao, et al., 2021). Dalam penelitian Chen & Wang (2023), menemukan *Green Finance* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* dalam mengadopsi praktik keuangan hijau dikarenakan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan terkait dengan implementasi. Beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh *Perceived Green Finance* terhadap *Behavioral Intention*, dimana penelitian yang dilakukan oleh Ma et al., (2022), menemukan kombinasi antara regulasi lingkungan dan keuangan digital secara langsung memengaruhi *Behavioral Intention* untuk mengadopsi inovasi hijau untuk mendukung konsumsi yang berkelanjutan. Dengan menggunakan meta – analisis menunjukkan *Green Finance* memiliki hubungan positif dengan kinerja hijau perusahaan dalam mengadopsi praktik keuangan yang berkelanjutan (Xu et al., 2020).

2.10 Hipotesis

Menurut Tanjung (2019), hipotesis merupakan asumsi atau jawaban sementara terhadap masalah penelitian, rumusan masalah ditulis dalam bentuk kalimat pertanyaan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis merupakan asumsi atau jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang harus dibuktikan validitasnya melalui pengujian data empiris.

H1 : Terdapat *Overconfidence* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang.

H2 : Terdapat *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang.

H3 : Terdapat *Risk Tolerance* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang.

H4 : Terdapat *Perceived Green Finance* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini akan membahas permasalahan mengenai pengaruh *Overconfidence*, *Financial Literacy*, *Risk Tolerance*, *Perceived Green Finance* terhadap *Behavioral Intention* pada *Digital Payment* Perempuan di Palembang. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang diadaptasi dari beberapa penelitian terdahulu terkait variabel yang sama. Penelitian ini berfokus pada perempuan sebagai subjek utama, mengingat peran penting mereka dalam pengelolaan keuangan rumah tangga dan pengambilan keputusan finansial.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan entitas atau elemen yang menjadi fokus utama dalam sebuah penelitian, baik berupa individu, kelompok, organisasi, atau fenomena tertentu. Menurut Sugiyono (2019), menjelaskan bahwa objek penelitian merupakan keseluruhan subjek yang memiliki kualitas atau karakteristik tertentu yang dipelajari oleh peneliti, dengan tujuan menarik kesimpulan dari fenomena yang diamati. Objek penelitian yang di gunakan adalah perempuan di Palembang yang menggunakan atau berpotensi menggunakan layanan *Digital Payment*. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti perilaku keuangan, pengetahuan tentang produk keuangan, dan respons mereka terhadap inovasi teknologi dalam sektor keuangan.

⁵ 3.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada Oktober 2024 – Desember 2024 yang berdurasi 3 Bulan lamanya, yang merupakan periode relevan untuk menganalisis tren penggunaan pembayaran digital pasca – pandemik. Tempat penelitian adalah Palembang, lokasi yang strategis untuk memahami dinamika penggunaan *Digital Payment* di kalangan perempuan.

3.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini hanya mempertimbangkan faktor – faktor tertentu seperti pengaruh *Overconfidence*, *Financial Literacy*, *Risk Tolerance*, *Perceived Green Finance* dalam *Behavioral Intention*, penelitian ini fokus hanya pada perempuan sebagai subjek penelitian, dan penelitian dilakukan di Palembang, sehingga hasilnya mungkin tidak *generalizable* ke daerah lain.

¹² 3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka – angka yang dapat diukur secara objektif. ¹²¹ Dalam penelitian ini, data kuantitatif digunakan untuk mengukur variabel *Overconfidence*, *Financial Literacy*, *Risk Tolerance*, *Perceived Green Finance* dan *Behavioral Intention* terkait *Digital Payment* pada perempuan di Palembang. Data ³¹ ini diperoleh melalui kuesioner yang akan dibagikan kepada responden ²⁷ dengan menggunakan jenis skala likert dengan lima kategori yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, 5 = sangat setuju.

Sumber Data dari penelitian ini ⁴⁸ dibagi menjadi 2 data, data primer dan data sekunder, data primer yang diperoleh langsung dari sumber pertama dan belum pernah dipublikasikan sebelumnya, yaitu responden kusioner yang disebarakan secara online maupun offline kepada perempuan di Palembang yang menggunakan atau berpotensi menggunakan layanan *Digital Payment*. Responden akan diminta untuk menjawab kusioner yang dirancang untuk mengukur tingkat *Overconfidence*, *Financial Literacy*, *Risk Tolerance*, *Preceived Green Finance* dan *Behavioral Intention* dalam menggunakan *Digital Payment*. Pertanyaan – ⁹¹ pertanyaan yang diberikan tersebut responden diminta untuk menjawab sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan mereka.

⁵¹ Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur, jurnal, buku, laporan, maupun situs web resmi yang meliputi studi – studi sebelumnya yang membahas tentang *Overconfidence*, *Financial Literacy*, *Risk Tolerance*, *Preceived Green Finance* dalam konteks *Behavioral Intention* penggunaan *Digital Payment*. Data yang digunakan juga diperoleh dari laporan atau statistik mengenai penggunaan *Digital Payment* di Indonesia, khususnya di kota Palembang, serta data mengenai tren dan perkembangan keuangan hijau (*green finance*) dan menggunakan data artikel akademik dan publikasi yang membahas tentang literasi keuangan pada perempuan, khususnya dalam konteks kota Palembang dan bagaimana faktor – faktor tersebut mempengaruhi perilaku digital.

3.6 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, yang kemudian akan dijadikan dasar dalam menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari Perempuan dewasa (18 tahun ke atas) di Kota Palembang yang menggunakan atau berpotensi terlibat dalam menggunakan keputusan keuangan pribadi dengan menggunakan *Digital Payment*.

Menurut Mohapatra (2020), menyatakan bahwa sampel merupakan kumpulan kasus atau unit yang dipilih secara representatif dari populasi tertentu. Penarikan sampel yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non – probability sampling* karena jumlah populasi tidak diketahui, dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel. Sampel yang digunakan dihitung menggunakan rumus *Lamshow* karena populasi terlalu besar dan tidak diketahui jumlah pastinya.

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- I. Responden perempuan berdomisili di Kota Palembang, Sumatera Selatan

2. Responden yang pernah dan berpotensi menggunakan layanan *Digital Payment*, seperti aplikasi dompet digital (*e-wallet*) dan transfer online.
3. Dewasa, terutama perempuan yang berpotensi terlibat dalam keputusan keuangan pribadi (18 tahun ke atas).

²⁰ Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus *Lameshow* untuk pengambilan sampel dikarenakan jumlah ¹⁴ populasi yang terlalu besar dan tidak diketahui. Sugiyono (2019), maka perhitungan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (1 - 0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

n = 384,16 dibulatkan menjadi 384 sampel.

²⁵ Keterangan :

n = Sampel

Z = Harga distribusi z pada CI/kepercayaan 05% = 1,96

P = Probabilitas maksimal estimasi 50% = 0,5

$d = \text{Tingkat Kesalahan } 5\% = 0,5$

Berdasarkan perhitungan sampel tersebut, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 384 responden, yang kemudian dalam penelitian ini ditentukan menjadi 384 responden.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner yang disebarakan secara online dengan menggunakan *Google Form* kepada perempuan di Palembang. Dalam penelitian ini kusioner dirancang dengan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian dalam penggunaan *Digital Payment*.

3.8 Teknik Analisis

Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan software SmartPLS versi 3. SmartPLS merupakan software yang banyak digunakan dalam penelitian manajemen dan sosial karena kemampuannya memproses model yang kompleks tanpa memerlukan asumsi normalitas (Sayyida, 2023). Hal ini membuatnya populer dalam analisis *Partial Least Squares – Structural Equaion Modeling* (PLS – SEM) yang banyak diterapkan dalam penelitian yang melibatkan variabel laten dan hubungan kausal yang rumit (Memon et al., 2021).

3.8.1 Confirmatory Composite Analysis

Seluruh konstruk dan indikator telah disesuaikan dengan konteks penelitian dan kemudian dievaluasi untuk model pengukuran menggunakan *Confirmatory Composite Analysis* (CCA) yang meliputi *Convergent Validity*, *Reliability*, dan *Discriminant Validity* (Hair et al., 2019).

1. *Convergent Validity*

Pengukuran konvergensi bertujuan untuk menilai apakah setiap item pertanyaan secara konsisten mengukur dimensi yang sama pada variabel yang diteliti. Oleh karena itu, hanya item yang memiliki tingkat signifikan tinggi, yaitu lebih dari dua kali standar error, yang digunakan dalam analisis. Validitas konvergen dianggap tercapai jika setiap variabel memiliki *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,5 dan nilai *Loading* setiap item juga di atas 0,5 (Hair et al., 2021).

2. *Reliability*

Realibilitas merupakan ukuran konsistensi dan stabilitas suatu instrument pengukuran dalam mengukur suatu konstruk atau variabel. Jika suatu instrument dikatakan reliabel, maka hasil pengukuran yang dilakukan dengan instrument tersebut akan konsisten, baik dilakukan dalam waktu yang berbeda, oleh peneliti yang berbeda, maupun dengan item – item yang berbeda. Dengan kata lain, realibitas menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat menghasilkan hasil yang sama secara berulang ketika digunakan dalam kondisi yang sama (Hair et al., 2021). Indikator umum yang digunakan untuk mengukur reliabilitas

internal adalah *Cronbach's Alpha*. Nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,7 biasanya dianggap memadai untuk menunjukkan reliabilitas internal yang baik (Nunnally & Bernstein, 1994). Dalam penelitian Hair Joseph & Alamer Abdullah (2022), menjelaskan bahwa *Composite Reliability* dianggap lebih akurat dibandingkan *Cronbach's Alpha* dalam beberapa konteks, dan nilai CR di atas 0,7 menunjukkan reliabilitas yang baik.

3. *Discriminat Validity*

Validitas Diskriminan merupakan sejauh mana suatu konstruk atau variabel dapat dibedakan secara jelas dari konstruk atau variabel lain yang berbeda dalam model penelitian ini. Ini mengukur apakah suatu konstruk tidak terlalu berkorelasi dengan konstruk yang seharusnya berbeda (Hair et al, 2022). *Fornell – Larcker* (FL) dan *Heterotrait – Monotrait Ration of Correlations* (HTMT) diterapkan untuk menilai validitas diskriminan dengan kriterianya adalah setiap konstruk AVE harus mempunyai akar kuadrat yang melebihi nilai tertinggi korelasi konstruk lain untuk analisis *Fornell – Larcker* (FL) (Joseph Hair et al., 2017). Dan untuk HTMT, korelasi antar pasangan konstruk tidak boleh melebihi 0,90 (Hanseler et al., 2015).

3.8.3 *Model Fit*

Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) merupakan ukuran kecocokan model dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). SRMR mengukur perbedaan antara matriks kovarians yang diobservasi dengan *matriks kovarians* yang diprediksi oleh model (Hair et al., 2019). Nilai SRMR berkisar

antara 0 hingga 1. Secara umum, SRMR dengan kriteria di bawah 0,08 dapat diterima dan memiliki kecocokan yang baik (Hair et al., 2019).

3.8.4 Structural Model Assessment

Structural Model Assessment digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kecocokan model yang diusulkan. Model Struktural menggambarkan hubungan antara variabel laten, dan ada beberapa langkah kunci yang digunakan dalam penilaian ini :

1. *Collinearity* (VIF)

Collinearity terjadi ketika ⁸⁰ dua atau lebih predictor dalam model memiliki hubungan linear yang sangat kuat, yang dapat mengganggu estimasi parameter. Untuk mendeteksi *Collinearity*, salah satu indikator yang digunakan adalah *Variance Inflation Factor* (VIF) yang menilai seberapa banyak variabilitas predictor tertentu meningkat karena adanya multikolinearitas. Nilai VIF yang lebih tinggi dari 5 atau 10 dianggap menunjukkan *Collinearity* yang tinggi, yang bisa berdampak negatif pada hasil model (Hair et al., 2022).

2. *Determination* (R^2)

⁴¹ Ukuran yang menunjukkan seberapa besar proporsi variabilitas dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel – variabel independent dalam model. ³⁷ R^2 berkisar antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa variabel independen lebih baik dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 sebesar 0,25, 0,50, dan 0,75

secara umum dapat diinterpretasikan sebagai rendah, moderat, dan tinggi (Hair et al., 2022).

3. *Effect Size* (f^2)

Mengukur dampak dari variabel independen tertentu terhadap variabel dependen dalam konteks model structural. Efek ini dihitung dengan melihat perubahan pada R^2 ketika variabel independen dihilangkan dari model. Nilai f^2 0,02, 0,15, dan 0,35 masing – masing diinterpretasikan sebagai efek kecil, sedang, dan besar (Cohen, 1988). Ini membantu mengevaluasi seberapa signifikan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam model.

4. *Predictive Model* (Q^2)

Mengukur kemampuan prediktif model, yaitu seberapa baik model dapat memprediksi data yang diobservasi. Q^2 dihitung menggunakan Teknik *blindfolding* dan digunakan untuk menilai kecocokan prediktif dari variabel dependen yang bersifat laten. Nilai Q^2 lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan prediktivitas yang lebih baik (Hair et al., 2022).

3.8.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan *Direct Paths* yang mengacu pada hubungan langsung antara variabel laten atau konstruk tanpa perantara variabel lain. *Direct Paths* menggambarkan efek langsung dari satu variabel terhadap variabel lainnya, seperti yang dihipotesiskan dalam model struktural (Hair et al., 2022).

Dalam penelitian Hayes (2013), menjelaskan bahwa untuk menguji signifikan moderasi efek, Dimana nilai $p < 0,05$ menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, sedangkan nilai $p > 0,05$ berarti tidak signifikan. Kriteria yang digunakan untuk menentukan Direct Paths dalam analisis jalur menggunakan SmartPLS mencakup signifikan statistic dari koefisien jalur harus diuji, dengan nilai $p < 0,05$ menunjukkan bahwa hubungan tersebut signifikan, selain itu koefisien jalur harus memiliki ukuran yang cukup besar untuk menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel dan kesesuaian model dievaluasi menggunakan indeks fit seperti SRMR, Dimana nilai kurang dari 0,08 dianggap baik, dasar teoritis hubungan tersebut sangat penting untuk memastikan bahwa direct paths yang diusulkan memiliki relevansi dan validitas. Terakhir analisis multikolinearitas memastikan tidak ada hubungan yang terlalu kuat antara variabel independen yang dapat mempengaruhi estimasi koefisien jalur.

10

3.9 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.9.1 Definisi Operasional

Menurut Mahe & McLauchlin. (2021), menyatakan bahwa operasionalisasi adalah langkah intelektual yang diambil peneliti untuk memutuskan bagaimana mengamati konsep dalam realitas. Konsistensi antara teori dan data yang dioperasionalkan sangat penting agar konsep dapat diamati secara efektif.

11
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No.	Variabel	Kode	Indikator	Sumber
1.	<i>Overconfidence</i> (X1)	O1 O2 O3	1.Saya sangat yakin dengan pilihan <i>Digital Payment</i> yang dilakukan. 2.Saya percaya bahwa saya lebih baik dalam layanan <i>Digital Payment</i> dari pada orang lain. 3.Saya memiliki keterampilan dan pengalaman dalam layanan <i>Digital Payment</i> .	Jannah & Ady 2017
2.	<i>Financial Literacy</i> (X2)	FL1 FL2 FL3	1.Saya memiliki pengetahuan tentang bunga majemuk. 2.Saya memiliki pengetahuan tentang inflasi. 3. Saya memiliki pengetahuan tentang diversifikasi risiko	Lusardi 2019
3.	<i>Risk Tolerance</i> (X3)	RT1 RT2 RT3	1.Saya dapat menerima kehilangan sebagian tabungan saya jika peluang mendapatkan pengembalian yang baik besar. 2. Saya pikir seseorang harus mengambil risiko untuk mendapatkan sesuatu. 3. Saya ingin meningkatkan risiko karena pengembaliannya terlalu rendah.	Hermanssons & Jonsson 2021
4.	<i>Perceived Green Finance</i> (X4)	PGF1 PGF2 PGF3 PGF4 PGF5	1.Menggunakan layanan <i>Digital Payment</i> dapat membantu untuk mengurangi emisi karbon. 2.Menggunakan layanan <i>Digital Payment</i> mengurangi polusi 3.Menurut saya, layanan <i>Digital Payment</i> mengurangi timbunan sampah. 4.Menggunakan layanan <i>Digital Payment</i> dapat	Taking 2019

			membantu untuk mengurangi penggunaan energi	
5.	<i>Behavioral Intention</i> (Y)	BI 1 B12 B13	5.Menggunakan layanan Digital Payment mendukung inisiasi penggunaan SDA lebih berkelanjutan. 1.Jika saya memiliki akses pada layanan <i>Digital Payment</i> , saya berniat untuk menggunakannya. 2.Saya akan selalu mencoba menggunakan layanan <i>Digital Payment</i> dalam kehidupan sehari – hari. 3.Di masa depan saya berniat melakukan pembayaran menggunakan layanan <i>Digital Payment</i> .	Venkatesh 2016

Sumber : Diolah Penulis, (2024)

3.9.2 Pengukuran Variabel

²³ Menurut Sugiono, (2020), skala pengukuran merupakan suatu kesepakatan yang digunakan untuk menentukan interval pada alat ukur. Dalam penelitian, skala ordinal digunakan untuk menunjukkan urutan peringkat variabel, namun tidak menunjukkan perbedaan kuantitas secara absolut. Artinya, angka dalam skala ordinal hanya mencerminkan urutan relative, dan interval antara angka – angka tersebut tidak harus sama. Skala ini ⁸³ sering digunakan dalam penelitian sosial untuk mengukur preferensi atau sikap, seperti pada skala Likert. Salah satu contoh skala ordinal adalah skor yang diperoleh dari skala Likert (Rangkuti,2022).

⁹ Berikut ini merupakan contoh kriteria dan skor yang diberikan setiap item pertanyaan.

Tabel 2.2 Skala Pengukuran

No.	Jawaban Responden	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Netral	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

Sumber : Rangkuti (2022)

4 BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah Perempuan yang berdomisili di area Kota Palembang yang pernah dan menggunakan *Digital Payment*, penelitian ini dilakukan secara *online* dengan menyebarkan kuiser melalui *google form* kepada 384 Perempuan yang berdomisili area Kota Palembang. Disebarkan melalui media sosial peneliti. Objek dalam penelitian ini memiliki karakteristik responden berdasarkan pernah dan berpotensi menggunakan layanan *digital payment*, seperti aplikasi dompet digital (*e – wallet*) dan transfer online.

Dari hasil kuiser responden, ada yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Kuiser menjadi sampel dalam penelitian adalah untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Setelah data kuiser telah didapatkan, maka penelitian ini akan dianalisis dengan teknik analisis deskriptif. Pada tabel berikut ini dapat memberikan gambaran dari jumlah kuiser yang didapatkan.

22
Tabel 4.1 Deskripsi Penyebaran Kuiser

No.	Tempat	Keterangan	Jumlah Responden	Jumlah Kuiser Dikirim	Jumlah Kuiser Kembali
1.	Kota Palembang	Menerima Kuiser	384	384	384

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan dari ³⁶ dilihat pada tabel 4.1 diatas, dari jumlah responden sebanyak 384 dan yang kembali sebanyak 384 kuesioner tingkat pengembalian kuesioner (*response rate*) sebesar 100%. Berdasarkan hal tersebut maka hasil kuesioner diperoleh deskripsi mengenai ¹⁰⁷ responden sebagai berikut:

4.1.1 Karakteristik Responden

Pada ⁴ penelitian ini, analisis deskriptif berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Deskriptif karakteristik responden adalah sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi karakteristik berdasarkan usia disajikan dalam tabel ¹¹ 4.2:

Tabel 4.2 Deskripsi Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	17 – 20 Tahun	119	31%
2.	21 – 25 Tahun	186	48%
3.	25 – 27 Tahun	79	71%
	Jumlah	384	100%

Sumber: Data Primer, Diolah 2024

Berdasarkan hasil dari tabel 4.2, dapat dilihat bahwa frekuensi ²³ responden pada penelitian ini adalah berumur 17 – 20 Tahun berjumlah 119 Orang, 21 – 25 Tahun berjumlah 186 orang, dan 25 – 27 Tahun berjumlah 79 orang. Maka total responden adalah sebesar 384 orang maka penelitian ini dapat dilanjutkan karena telah sesuai dengan kebutuhan responden pada penelitian ini. Total responden persentase pengguna *digital payment* perempuan di Palembang adalah rentang usia 21 – 25 tahun dengan jumlah 186 orang dengan persentase 48%.

b. ²¹ Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Perempuan	384	100%
	Jumlah	384	100%

Sumber: Data Primer, Diolah 2024

Berdasarkan hasil dari tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin secara keseluruhan berjenis kelamin Perempuan.

c. ³⁸ Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Bekerja	159	41%
2.	Belum Bekerja	2	1%
3.	Siswa / Mahasiswa	162	42%
4.	Wiraswasta	61	16%
	Jumlah	384	² 100%

Sumber: Data Primer, Diolah 2024

Berdasarkan hasil dari tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa pekerjaan responden pada penelitian ini banyaknya pekerjaan yang menggunakan *Digital Payment* Perempuan di Palembang adalah Bekerja dan Siswa / Mahasiswa sebanyak 159 orang dan 162 orang sisanya adalah Belum Bekerja dan Wiraswasta sebanyak 2 dan 61 orang. Menyatakan bahwa pengguna *Digital Payment*

Perempuan di Palembang yang juga menjadi responden dengan status Bekerja adalah 159 orang dengan persentase 41%. dan Siswa / Mahasiswa sebanyak 162 orang dengan persentase 42%. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam lingkup pengguna *Digital Payment* Perempuan di Palembang adalah Bekerja dan Siswa . Mahasiswa.

4.1.2 *Confirmatory Composite Analysis*

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa semua konstruk ⁹⁸ memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas yang telah ditentukan, sehingga model pengukuran menggunakan *Confirmatory Composite Analysis* (CCA) dianggap layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut ²⁹ yang meliputi *Convergent Validity*, *Reliability*, dan *Discriminant Validity* (Hair et al., 2019).

4.1.2.1 *Convergent Validity*

Convergent Validity atau pengukuran konvergensi digunakan untuk mengevaluasi apakah setiap item pertanyaan secara konsisten mengukur dimensi yang sama pada variabel yang diteliti :

1. Nilai *Outer Loading*

Outer Loading merupakan kekuatan hubungan antara indikator dan konstruk laten yang diukur dalam model pengukuran digunakan untuk mengevaluasi *Convergent Validity* indikator terhadap konstraknya. Jika nilai korelasi indikator di atas 0,70 atau nilai yang diharapkan di atas 0,70 indikator tersebut dianggap valid.

Tabel 4.5 Data Hasil Outer Loading

	BI	FL	O	PGF	RT
89	BI1	0,790			
	BI2	0,845			
	BI3	0,692			
	FL1		0,907		
	FL2		0,932		
	FL3		0,734		
	O1		0,884		
	O2		0,888		
	O3		0,771		
	PGF1			0,700	
	PGF2			0,860	
	PGF3			0,790	
	PGF4			0,750	
	PGF5			0,703	
	RT1				0,865
	RT2				0,924
106	T3				0,898

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2024

Berdasarkan tabel diatas indikator pada variabel *Behavioral Intention* (BI) menunjukkan nilai *loading factor* sebesar 0,790 hingga 0,845, dengan BI3 yang sedikit di bawah batas ideal yaitu 0,692 namun menurut Ghozali (2011), menyatakan bahwa skala pengukuran *Outer Loading* yang berkisar 0,5 sampai 0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat *Convergent Validity*. Untuk variabel *Financial Literacy* (FL), nilai *loading factor* berkisar antara 0,734 hingga 0,932, menunjukkan tingkat keandalan yang baik. Variabel *overconfidence* (O) memiliki nilai *loading factor* antara 0,771 hingga 0,888, yang juga memenuhi syarat keandalan. Pada variabel *Perceived Green Finance* (PGF), Terakhir, untuk variabel *Risk Tolerance* (RT), indikator memiliki nilai *loading factor* antara 0,865 hingga

0,924, yang mengindikasikan tingkat reliabilitas yang sangat baik. Semua hasil ini mendukung kelayakan model untuk analisis lebih lanjut.

¹⁰ 2. *Average Variance Extracted (AVE)*

Average Variance Extracted (AVE) merupakan ukuran *Convergent Validity* yang mengindikasikan sejauh mana indikator – indikator dalam sebuah konstruk mampu menjelaskan varians yang dimilikinya secara bersama – sama. *Validitas konvergen* dianggap tercapai jika setiap variabel memiliki ¹⁷ *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,5 dan nilai *Loading* setiap item juga di atas 0,5 (Hair et al., 2021).

³² **Tabel 4.6 Data Hasil Average Variance Extracted (AVE)**

	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
BI	0,606
FL	0,743
O	0,721
PGF	0,582
RT	0,803

Sumber: Data diolah SmartPLS, 2024

Berdasarkan data diatas seluruh konstruk memiliki nilai AVE diatas 0,50 ⁷² sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator – indikator dalam model mampu menjelaskan varians konstruk dengan baik. Model pengukuran dinyatakan valid untuk melanjutkan analisis selanjutnya.

4.1.2.2 *Reliability*

Reliabilitas mengukur konsistensi dan stabilitas instrumen dalam menilai konstruk atau variabel. Instrumen dalam menilai konstruk atau variabel. Instrumen

tang reliabel menghasilkan hasil pengukuran yang konsisten dalam berbagai kondisi (Hair et al., 2021). Secara umum, nilai *Cronbach's Alpha* dianggap memenuhi syarat jika mencapai 0,70 atau lebih. Namun menurut Hair et al, (2011), nilai *Cornbach's Alpha* sebesar 0,60 atau lebih juga dapat diterima dan dinyatakan reliabel.

⁷⁸
Tabel 4.7 Data Hasil *Cronbach's Alpha* dan Reliabilitas Komposit

	<i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabilitas Komposit
BI	0,670	0,821
FL	0,823	0,896
O	0,809	0,885
PGF	0,821	0,874
⁴⁵ T	0,877	0,924

Sumber: Data diolah SmartPLS,2024

Berdasarkan hasil analisis, nilai *Cronbach's Alpha* dan Reliabilitas Komposit menunjukkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteris reliabilitas. Konstruk *Behavioral Intention* (BI) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,670 dan Reliabilitas komposit sebesar 0,821 yang menunjukkan reliabilitas sedang. Konstruk *Financial Literacy* (FL) dan *Overconfidence* (O) menunjukkan reliabilitas yang baik, dengan nilai *Cornbach's Alpha* masing – masing sebesar 0,823 dan 0,809, serta Reliabilitas Komposit sebesar 0,896 dan 0,885. *Perceived Green Finance* (PGF) memiliki nilai *Cornbach's Alpha* 0,821 dan Reliabilitas Komposit 0,874, sementara *Risk Tolerance* (RT) menunjukkan nilai tertinggi, yaitu *Cornbach's Alpha* sebesar 0,877 dan Reliabilitas Komposit sebesar 0,924. Hasil ini mengindikasikan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian memiliki konsistensi internal yang baik untuk pengukuran indikatornya.

4.1.2.3 Discriminat Validity

Discriminat Validity menunjukkan sejauh mana suatu konstruk dapat dibedakan dari konstruk lain dalam model penelitian. Hal ini memastikan bahwa suatu konstruk tidak memiliki korelasi tinggi dengan konstruk yang berbeda (Hair et al., 2022). Penilaian dilakukan menggunakan *Fornell – Larcker* (FL) dan *Heterotrait – Monotrait Ratio* (HTMT).

1. *Fornell – Larcker* (FL)

Dalam pendekatan *Fornell – Larcker*, *Discriminat Validity* suatu diskriminan suatu konstruk dinilai dengan membandingkan akar kuadrat nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari konstruk tersebut dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Menurut Hair et al. (2017), akar kuadrat AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk lain.

Tabel 4.8 Data Hasil Fornell – Larcker

	BI	FL	O	PGF	RT
BI	0,778				
FL	0,359	0,862			
O	0,425	0,377	0,849		
PGF	0,386	0,503	0,584	0,763	
RT	0,379	0,503	0,641	0,766	0,896

Sumber: Data diolah SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel diatas, Nilai diagonal dalam tabel menunjukkan akar kuadrat AVE untuk masing-masing variabel, yaitu *Behavioral Intention* (BI) sebesar 0,778, *Financial Literacy* (FL) sebesar 0,862, *Overconfidence* (O) sebesar 0,849, *Perceived Green Finance* (PGF) sebesar 0,763, dan *Risk Tolerance* (RT) sebesar 0,896. Nilai akar kuadrat AVE setiap variabel lebih besar dibandingkan

korelasinya dengan variabel lain, yang menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki validitas diskriminan yang baik. Selain itu, nilai korelasi antar-variabel seperti BI terhadap FL (0,359) dan RT terhadap PGF (0,766) menunjukkan hubungan positif dengan kekuatan korelasi yang bervariasi. Hasil ini mendukung bahwa model penelitian memenuhi kriteria validitas diskriminan untuk analisis lebih lanjut. dapat menjadi dasar untuk analisis lebih mendalam.

2. *Heterotrait – Monotrait Ratio (HTMT)*

Discriminat Validty dianggap terpenuhi jika korelasi antar pasangan konstruk memiliki nilai di bawah 0,90. Nilai HTMT yang melebihi 0,90 menunjukkan adanya masalah *Discriminant Validity*, di mana konstruk – konstruk tersebut terlalu berkorelasi dan tidak dapat dibedakan secara jelas satu sama lain (Hanseler et al., 2015).

Tabel 4.9 Data Heterotrait – Monotrait Ratio

	BI	FL	O	PGF	RT
BI					
FL	0,476				
O	0,561	0,471			
PGF	0,505	0,613	0,705		
RT	0,493	0,594	0,767	0,900	

Sumber: Data diolah SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel di atas, hasil korelasi menunjukkan nilai hubungan yang beragam. Variabel PGF memiliki korelasi cukup kuat dengan O (0,705) dan RT (0,900), mengindikasikan hubungan positif yang signifikan. Sementara itu, FL memiliki korelasi moderat dengan BI (0,476) dan O (0,471), menunjukkan tingkat

hubungan yang lebih lemah dibandingkan PGF dan RT. Hubungan antara RT dan variabel lain menunjukkan konsistensi dengan nilai korelasi tertinggi terhadap PGF (0,900). Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa hubungan antar-variabel memiliki variasi kekuatan korelasi yang dapat menjadi dasar untuk analisis lebih mendalam.

4.1.3 Model Fit

Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) adalah ukuran kecocokan model dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang menunjukkan perbedaan antara matriks kovarians yang diobservasi dan yang diprediksi oleh model (Hair et al., 2019). Nilai SRMR berkisar antara 0 hingga 1, dengan nilai di bawah 0,08 umumnya dianggap menunjukkan kecocokan model yang baik (Hair et al., 2019).

Tabel 4.10 Data Hasil *Standardized Root Mean Square Residual*

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0,077	0,077

Sumber: Data diolah SmartPLS 2024

Pada model saturated, SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) sebesar 0,077 menunjukkan kesesuaian model yang baik. Nilai SRMR di bawah 0,08 dianggap menunjukkan model yang mendekati tingkat akurasi dan konsistensi yang memadai. Dalam hal ini, nilai SRMR sebesar 0,077 menunjukkan bahwa model yang diajukan memiliki kesesuaian yang baik dengan data, menunjukkan hubungan antar variabel yang cukup optimal dan mendukung validitas model penelitian.

4.1.4 *Structural Model Assessment*

Penilaian ini melibatkan beberapa langkah utama, seperti pengujian signifikan hubungan antar konstruk melalui nilai path coefficient, evaluasi kemampuan prediktif menggunakan *R-squared* (R^2), serta analisis kecocokan model dengan indikator seperti *Q-squared* (Q^2) dan *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). Langkah – langkah ini memastikan bahwa model struktural memiliki validitas dan kecocokan yang memadai untuk mendukung interpretasi hasil.

1. *Collinearity* (VIF)

Variance Inflation Factor (VIF) mengukur seberapa besar variabilitas prediktor meningkatkan akibat multikolinearitas. Nilai VIF di atas 5 atau 10 dianggap menunjukkan *Collinearity* yang tinggi, yang dapat memengaruhi keakuratan hasil model (Hair et al., 2022).

Tabel 4.11 Data Hasil *Collinearity*

	VIF
BI1	1,722
BI2	1,840
BI3	1,127
FL1	3,443
FL2	3,584
FL3	1,360
O1	1,862
O2	2,114
O3	1,576
PGF1	1,676
PGF2	2,266
PGF3	1,934
PGF4	2,305

PGF5	1,806
RT1	2,162
RT2	3,055
RT3	2,446

Sumber: Data Diolah SmartPLS 2024

Pada tabel di atas, semua nilai VIF berada di bawah 5, menunjukkan bahwa tidak ada masalah serius dengan *multikolinearitas* dalam model. *Indikator Financial Literacy* (FL1 dan FL2) memiliki nilai tertinggi (3,443 dan 3,584), namun masih dalam batas wajar. Sementara itu, indikator *Behavioral Intention* (BI-BI3), *Overconfidence* (O1-O3), *Perceived Green Finance* (PGF1-PGF5), dan *Risk Tolerance* (RT1-RT3) memiliki VIF yang relatif rendah, memastikan bahwa variabel – variabel tersebut tidak mengalami korelasi berlebihan. Dengan demikian, model penelitian dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut tanpa perlu modifikasi terkait *Colinearity*.

2. Determination (R^2)

Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan variabel dependen. Interpretasi umum nilai R^2 adalah rendah (0,25), moderat (0,50), dan tinggi (0,75) (Hair et al., 2022).

18

Tabel 4.12 Data Hasil Determination

	R Square	Adjusted R Square
BI	0,236	0,228

Sumber : Data Diolah SmartPLS 2024

Nilai *R-square* sebesar 0,236 menunjukkan bahwa sekitar 23,6% variabilitas dalam variabel BI (*Behavioral Intention*) dapat dijelaskan oleh variabel – variabel independen dalam model. Sementara itu, nilai *Adjusted R-square* 0,228 mengindikasikan penyesuaian untuk jumlah variabel independen dan memberikan indikasi yang lebih akurat tentang kekuatan hubungan dalam model. Nilai *R-square* yang rendah ini menunjukkan bahwa model memiliki tingkat penjelasan yang cukup memadai namun masih memungkinkan adanya variabilitas yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang diestimasi.

3. *Effect Size* (f^2)

Nilai F^2 dihitung dengan melihat perubahan pada R^2 saat variabel independen dihilangkan dari model. Interpretasi nilai F^2 sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 masing – masing menunjukkan efek kecil, sedang, dan besar (Cohen, 1988). Ukuran ini membantu mengevaluasi seberapa signifikan kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam model.

Tabel 4.13 Data Hasil *Effect Size*

	BI
BI	
FL	0,032
O	0,055
PGF	0,007
RT	0,000

Sumber: Data Diolah SmartPLS 2024

Nilai *p-value* pada tabel di atas menunjukkan signifikansi hubungan antar variabel. Semua *p-value* (FL = 0,032, O = 0,055, PGF = 0,007, RT = 0,000) lebih kecil dari 0,05, yang berarti semua koefisien memiliki signifikansi statistik. Ini

menunjukkan bahwa variabel – variabel independen tersebut memiliki dampak signifikan terhadap variabel BI (*Behavioral Intention*) dalam model yang diuji.

4. Predictive Model (Q^2)

Nilai ini dihitung menggunakan teknik *blindfolding* dan digunakan untuk mengevaluasi relevansi predktif dari variabel dependen laten. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan kemampuan prediksi yang lebih baik (Hair et al., 2022).

55
Tabel 4.14 Data Hasil Predictive Model

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
BI	1152,000	1005,488	0,127
FL	1152,000	1152,000	
O	1152,000	1152,000	
PGF	1920,000	1920,000	
RT	1152,000	1152,000	

Sumber : Data Diolah SmartPLS 2024

Dalam tabel ini, variabel BI (*Behavioral Intention*) memiliki nilai $Q^2 = 0,127$. Nilai positif dari Q^2 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang relevan terhadap variabel BI. Sedangkan untuk variabel lainnya (FL, O, PGF, dan RT), Q^2 tidak dihitung karena mereka merupakan variabel independen atau tidak menjadi target prediksi dalam model. Dengan nilai Q^2 yang positif, dapat disimpulkan bahwa model ini memiliki kekuatan prediktif yang cukup baik untuk variabel BI.

4.2.5 Uji Hipotesis

Dengan menggunakan *Direct Paths* yang mengacu pada hubungan langsung antara variabel laten tanpa perantara, yang menunjukkan efek langsung satu variabel terhadap variabel lain sesuai model struktural (Hair et al., 2022). Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung yang diperoleh dari proses *bootstrapping* dengan nilai t-tabel one tail. Nilai t-hitung dianggap signifikan jika lebih besar dari 1,65 yang merupakan nilai t- tabel untuk tingkat kesalahan 5% atau standar error 5%. Selain itu, signifikansi juga dapat ditentukan jika **p-value** berada di bawah 0,05 (Hair et al., 2017).

Tabel 4.15 Data Hasil Hipotesis

	Sampel Asli	T Statistik	P - Values	Keterangan
O -> BI	0,273	4,354	0,000	Positif Signifikan
FL -> BI	0,187	4,354	0,002	Positif Signifikan
RT -> BI	0,020	0,303	0,762	Positif Tidak Signifikan
PGF -> BI	0,117	1,339	0,181	Positif Tidak Signifikan

Sumber: Data Diolah SmartPLS 2024

Berdasarkan Tabel hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama

Dalam penelitian ini, hipotesis pertama menguji apakah terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara *Overconfidence* (O) terhadap *Behavioral Intention* (BI) Digital Payment Perempuan di Palembang. Koefisien jalur sebesar 0,273

menunjukkan hubungan positif yang cukup kuat antara *Overconfidence* (O) dan *Behavioral Intention* (BI). Artinya, semakin tinggi tingkat *overconfidence* seseorang, semakin besar niat mereka untuk mengambil keputusan atau tindakan tertentu terkait penggunaan pembayaran digital. Nilai T Statistik sebesar 4,354 jauh di atas nilai kritis 1,96, serta P Values sebesar 0,000 (kurang dari 0,05), menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan secara statistik. Dengan demikian, hasil ini menyatakan bahwa *Overconfidence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

2. Hasil pengujian hipotesis kedua

Dalam penelitian ini, hipotesis kedua menguji apakah terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara *Financial Literacy* (FL) terhadap *Behavioral Intention* (BI) *Digital Payment* Perempuan di Palembang. koefisien jalur antara *Financial Literacy* (FL) dan *Behavioral Intention* (BI) adalah sebesar 0,187, yang menunjukkan hubungan positif. Nilai ini mengindikasikan bahwa peningkatan *Financial Literacy* akan meningkatkan *Behavioral Intention*. Nilai *t statistic* sebesar 3,077 lebih besar dari nilai kritis 1,96, dan *p values* sebesar 0,002 (kurang dari 0,05), menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan secara statistik. Dengan demikian, hasil ini menyatakan bahwa *Financial Literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

3. Hasil pengujian hipotesis ketiga

Dalam penelitian ini, hipotesis kedua menguji apakah terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara *Risk Tolerance* (RT) terhadap *Behavioral Intention* (BI)

Digital Payment Perempuan di Palembang. Hasil analisis menunjukkan bahwa hubungan antara *Risk Tolerance* (RT) dan *Behavioral Intention* (BI) memiliki koefisien jalur sebesar 0,020, yang sangat kecil. Nilai *t statistic* sebesar 0,303 jauh di bawah nilai kritis 1,96, dan *p values* sebesar 0,762 jauh di atas 0,05. Ini berarti bahwa hubungan ini tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, hasil ini menyatakan bahwa *Risk Tolerance* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

4. Hasil pengujian hipotesis keempat

Dalam penelitian ini, hipotesis keempat *Perceived Green Finance* (PGF) terhadap *Behavioral Intention* (BI) *Digital Payment* Perempuan di Palembang. Hubungan antara *Perceived Green Finance* (PGF) dan *Behavioral Intention* (BI) memiliki koefisien jalur sebesar 0,117, yang menunjukkan hubungan positif tetapi lemah. Nilai *t statistic* sebesar 1,339 lebih kecil dari nilai kritis 1,96, dan *p values* sebesar 0,181 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hubungan ini tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, hasil ini menyatakan bahwa *Perceived Green Finance* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

4.2 Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Financial Literacy*, *Overconfidence*, *Risk Tolerance*, dan *Perceived Green Finance* terhadap *Behavioral Intention* pada Penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang. Responden dalam penelitian ini berjumlah 384 responden dari

beberapa indikator pertanyaan dalam bentuk *google form* yang disebarluaskan secara online selama kurang lebih 1 minggu. Karakteristik responden berdasarkan secara keseluruhan berjenis kelamin perempuan dan untuk rata – rata usia paling banyak berusia kisaran 21 – 25 tahun.

Berdasarkan analisis statistik yang telah ditentukan pengaruh *Financial Literacy* dan *Overconfidence* berpengaruh secara signifikan, dan juga pengaruh *Perceived Green Finance* dan *Risk Tolerance* tidak berpengaruh signifikan. Berikut penjelasan dari hasil hipotesisnya.

4.2.1 Pengaruh *Overconfidence* terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Overconfidence* mempunyai nilai *Path Coefficient* sebesar 0,273 yang menunjukkan arah positif. Dan nilai *t-statistic* sebesar $4,354 > 1,65$ dan *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa *Overconfidence* mempunyai nilai yang signifikan. Dengan demikian *Overconfidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada *Digital Payment* khususnya perempuan di Palembang.

Adapun pada penelitian Rini, (2024) yang membahas *Overconfidence*, *Risk Perception* dan *Risk Tolerance* : Mengungkap Dampaknya Terhadap Keputusan Investasi. Dapat dilihat pada Uji Hipotesis yang memperoleh *t statistic* 5,38 dengan *p value* 0,001. Hasil penelitian ini dibuktikan berdasarkan nilai *t statistic* 5,36 $> 1,65$ dan *p value* $0,001 < 0,5$, maka penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan *Overconfidence* terhadap keputusan.

Penelitian dengan judul Pengaruh *Herding*, *Overconfidence*, *Risk Perception*, dan *Financial Needs* Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Hilda Yanti & Hermawan Triono, (2024), hasil dari penelitian ini menunjukkan analisis statistik variabel *overconfidence* pada pengujian hipotesisnya menyatakan bahwa *overconfidence* mempengaruhi pengambilan keputusan. Teori prospek mengatakan bahwa responden memiliki rasa percaya diri yang berlebihan karena bertindak rasional. Artinya penelitian ini sejalan dengan teori ini.

Terakhir pada penelitian Finka Nur Azizah, (2024), dengan judul Pengaruh *Overconfidence*, *Illusion Of Control* dan *Confirmation Bias*. Terhadap Intensi Berinvestasi Saham, dapat dilihat pada hasil uji t bahwa Variabel *Overconfidence* (X1) mempunyai nilai t hitung $> t$ tabel dan $t \text{ sig} < (\alpha) 0,05$ yakni $2,195 > 1,977$ dengan signifikan $0,030 < 0,05$, sehingga dari hasil penelitiannya bahwa variabel *overconfidence* memiliki efek dengan cara parsial akan keputusan mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta, maka dari itu *overconfidence* mempengaruhi keputusan secara positif.

4.2.2 Pengaruh Financial Literacy terhadap Behavioral Intention pada Penggunaan Digital Payment Perempuan di Palembang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Financial Literacy* mempunyai nilai *Path Coefficient* sebesar 0,187 yang menunjukkan arah positif. Dan nilai *t-statistic* sebesar $3,077 > 1,65$ dan *p-value* sebesar $0,002 < 0,05$ menunjukkan bahwa *Financial Literacy* mempunyai nilai yang signifikan. Dengan demikian *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada *Digital Payment* khususnya perempuan di Palembang.

Pada penelitian menurut Nurjannah et al., (2024), dengan judul Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Dalam Membentuk *Financial Behavior*, dari hasil uji hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap *Behaviour Financial* dengan uji *t statistic*. Penelitian ini menunjukkan siswa dengan tingkat *Financial Literacy* yang lebih tinggi dan pandangan akan keuangan yang positif biasanya akan membuat keputusan keuangan yang lebih cerdas, mengelola uang mereka dengan lebih baik, dan mengembangkan ketergantungan yang lebih besar dalam jangka panjang.

Penelitian dengan judul Pengaruh *Financial Literacy* dan *Financial Attitude* terhadap *Financial Management Behavior Self efficacy* sebagai variabel mediasi Pada UMKM Kota Pekanbaru Wahyuningsih et al., (2024), pada hasil uji hipotesis secara statistik penelitian ini menunjukkan bahwa *t*-statistik $4,207 > 1,96$ dan *p*-value $0,00 < 0,05$, yang menunjukkan *Financial Literacy* berpengaruh secara positif dan signifikan. Dimana semakin banyak pengetahuan ibu rumah tangga tentang keuangan, semakin baik mereka mengelola keuangan. Ini karena pengetahuan ini dapat membantu pelaku UMKM mencegah, menangani, dan mengambil keputusan tentang berbagai situasi keuangan yang terjadi selama menjalankan bisnis mereka.

Terakhir untuk memberikan gambaran pasti bahwa *Financial Literacy* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* dapat dilihat pada penelitian Anisa Mardianah & Iramani, (2024), dengan judul Model Hubungan Literasi, Pengalaman dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga : Peran Niat Berperilaku Sebagai Mediasi. Hasil penelitian ini menyatakan berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *Financial*

Literacy memiliki nilai $p\text{-value } 0,04 < 0,05$ menunjukkan bahwa individu yang memiliki *Financial Literacy* tinggi harus diikuti dengan *Behavioral Intention* keuangan yang baik agar pengelolaan keuangannya akan semakin cermat.

4.2.3 Pengaruh *Risk Tolerance* terhadap *Behavioral Intention* pada Penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Risk Tolerance* mempunyai nilai *Path Coefficient* sebesar 0,020 yang menunjukkan arah positif. Dan nilai *t-statistic* sebesar $0,303 < 1,65$ dan $p\text{-value}$ sebesar $0,762 > 0,05$ menunjukkan bahwa *Risk Tolerance* mempunyai nilai yang tidak signifikan. Dengan demikian *Risk Tolerance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada *Digital Payment* khususnya perempuan di Palembang.

Hasil penelitian yang tidak signifikan ini dapat disebabkan oleh karakteristik responden perempuan yang menjadi sampel penelitian. Kemungkinan, responden perempuan dalam penelitian ini memiliki tingkat kehati-hatian yang tinggi tetapi tetap terbuka terhadap penggunaan teknologi *digital payment*, terlepas dari toleransi risikonya. Penelitian ini didukung Arupi Kusnandar & Purwanto, (2019), Perempuan dianggap terlalu mengutamakan emosi dalam situasi negatif dan lebih sensitif terhadap sosial, berhati-hati, menghindari risiko, dan bijaksana. Akibatnya, ini berdampak pada bagaimana mereka membuat keputusan keuangan.

Pada penelitian Efliani Enga Lika & Kristyana Dananti, (2022), yang berjudul *Implementasi Theory of Planned Behavior, Risk Tolerance, dan Financial Literacy* terhadap *Investment Intention* pada *Peer to Peer Lending* di Surakarta.

Hasil dari penelitian ini variabel *Risk Tolerance* (X4) memperoleh nilai t hitung = $1,791 < t \text{ tabel} = 1,897$ dan memperoleh nilai signifikan $0,077 > 0,05$, yang menunjukkan hipotesis yang diajukan ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial variabel *risk tolerance* (X4) berpengaruh tidak signifikan terhadap *investment intention* (Y) dikarenakan responden bersifat mengabaikan resiko (*risk indifference*).

Penelitian yang membahas mengenai pengaruh *risk tolerance* terhadap keputusan investasi yaitu pada penelitian Rahmawati et al., (2023), dapat dilihat hasil uji *path coefficients* pada variabel *risk tolerance* mempunyai nilai *t-statistic* $0,884 < t - \text{table} < 2,021$ dan memiliki nilai *p-value* yaitu $0,377 > 0,05$ yang menghasilkan variabel *risk tolerance* berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap niat dalam mengambil keputusan.

Terakhir pada penelitian Putu Santika Putra et al., (2019), dengan judul Pengaruh Tingkat *Financial Literacy*, *Experienced Regret*, dan *Risk Tolerance* pada Pemilihan jenis Investasi. Dapat dilihat pada hasil nilai signifikansi sebesar $0,947 > 0,05$ nilai tersebut lebih besar dari nilai $0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa *risk tolerance* secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan.

4.2.4 Pengaruh *Perceived Green Finance* terhadap *Behavioral Intention* pada Penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Perceived Green Finance* mempunyai nilai *Path Coefficient* sebesar $0,117$ yang menunjukkan arah positif. Dan

nilai *t-statistic* sebesar $1,339 < 1,65$ dan *p-value* sebesar $0,181 > 0,05$ menunjukkan bahwa *Financial Literacy* mempunyai nilai yang tidak signifikan. Dengan demikian *Perceived Green Finance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada *Digital Payment* khususnya perempuan di Palembang.

Hasil penelitian ini menunjukkan *perceived green finance* memiliki hubungan tidak kemungkinan disebabkan oleh sifat variabel *perceived green finance* yang masih tergolong baru. Responden mungkin belum sepenuhnya memahami konsep *green finance* dalam konteks *digital payment* atau belum melihat relevansi langsung antara praktik keuangan berkelanjutan dengan niat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian ini didukung H. Y. Chen et al., (2023), menyatakan responden mungkin belum melihat hubungan langsung antara praktik keuangan berkelanjutan dengan kebiasaan mereka, seperti *digital payment* yang dapat mengurangi pengaruh *perceived green finance* terhadap *behavioral intention* mereka, sehingga perlunya edukasi yang lebih luas dan kampanye yang efektif untuk meningkatkan kesadaran serta relevansi konsep ini di Masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Zhang, Li, & Wang, (2021), yang berjudul *The Influence of Perceived Green Finance on Green Investment Intention : A Study of Sustainable Finance and Investment*, penelitian ini menyatakan bahwa *Perceived Green Finance* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap niat investasi hijau (*green investment intention*). Hal ini disebabkan oleh kurangnya kesadaran dan pemahaman investor terhadap konsep keuangan hijau, sehingga persepsi mereka belum cukup kuat untuk mempengaruhi Keputusan investasi.

Adapun penelitian Imran, (2024), membahas *Perceived of Green Finance Adoption* usaha kecil di kota kembar Pakistan, hasil penelitian ini menunjukkan kurangnya pengetahuan dan keuntungan dari opsi keuangan ramah lingkungan, serta kekhawatiran akan risiko keuangan yang mungkin ditimbulkannya, karena kurangnya pengetahuan, langkah – langkah dari pemerintah, dan bantuan keuangan, Sehingga keuangan ramah lingkungan tidak signifikan terhadap adopsi perusahaan kecil di Paskistan.

Terakhir pada penelitian yang berjudul Pengaruh Eksternal dan Persepsi terhadap niat Investasi Hijau : Studi Kasus di Indonesia Setiawan, (2023), menyatakan bahwa *Percieved Green Finance* memiliki hubungan positif namun tidak signifikan dengan *Behavioral Intention*. Penelitian ini menjelaskan bahwa kepercayaan terhadap institusi penyedia layanan hijau dan insentif pemerintah menjadi mediator yang lebih berpengaruh.

10
BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sesuai dengan perhitungan dengan menggunakan SMARTPLS 3.0 sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Overconfidence* (O) dan *Behavioral Intention* (BI) mengindikasikan bahwa kepercayaan diri yang berlebihan juga memainkan peran penting dalam membentuk niat perempuan untuk menggunakan *digital payment*. Hal ini disebabkan oleh keyakinan yang tinggi pada kemampuan mereka sendiri dalam menggunakan teknologi digital payment, meskipun mungkin tidak sepenuhnya memahami risiko atau implikasinya. *Overconfidence* dapat mendorong perempuan untuk mencoba dan terus menggunakan layanan ini karena mereka merasa mampu mengelola transaksi digital dengan baik.
Digital Payment Perempuan di Palembang
2. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Financial Literacy* (FL) dan *Behavioral Intention* (BI) menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berperan penting dalam membentuk niat perempuan di Palembang untuk menggunakan *digital payment*. Hal ini disebabkan oleh pemahaman dan pengetahuan yang lebih baik tentang pengelolaan keuangan, manfaat penggunaan *digital payment*, serta kemampuan untuk mengevaluasi risiko dan keuntungan dari teknologi ini. Perempuan yang memiliki tingkat literasi

keuangan yang tinggi cenderung lebih percaya diri dan terdorong untuk menggunakan layanan digital payment sebagai bagian dari pengelolaan keuangan mereka sehari-hari.

3. Adanya pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara *Risk Tolerance* (RT) dan *Behavioral Intention* (BI) menunjukkan bahwa *Risk Tolerance* tidak menjadi faktor dominan dalam memengaruhi niat perempuan di Palembang untuk menggunakan *Digital Payment*. Hal ini disebabkan oleh kemungkinan bahwa perempuan yang menggunakan *digital payment* lebih mengutamakan aspek kenyamanan, kemudahan, atau manfaat praktis daripada mempertimbangkan toleransi terhadap risiko. Rendahnya pengaruh signifikan ini juga dapat disebabkan oleh adanya kepercayaan yang sudah terbangun pada sistem keamanan dari layanan *Digital Payment*.
4. Adanya pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara *Perceived Green Finance* (PGF) dan *Behavioral Intention* (BI) menunjukkan bahwa meskipun persepsi tentang keuangan hijau berkontribusi terhadap niat penggunaan *digital payment*, pengaruhnya tidak cukup kuat. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman yang mendalam atau kesadaran perempuan di Palembang mengenai manfaat keuangan hijau yang terintegrasi dengan *digital payment*. Mungkin juga, aspek keuangan hijau belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan dalam keputusan mereka menggunakan teknologi ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini maka adapun saran – saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Bagi Penyedia Layanan *Fintech*

Penyedia layanan *fintech* dapat meningkatkan fitur edukasi dan transparansi guna membantu pengguna dalam memahami layanan mereka, terutama terkait *financial literacy*, agar keputusan keuangan yang diambil lebih bijak dan terinformasi. Selain itu, perlu adanya inovasi dalam sistem keamanan dan manajemen risiko untuk mengakomodasi berbagai tingkat *risk tolerance* pengguna, sehingga mereka lebih aman dalam bertransaksi. *Fintech* dapat menyediakan fitur notifikasi atau pembatasan transaksi untuk mencegah pengguna melakukan pengeluaran berlebihan secara impulsif. Selain itu, integrasi konsep *perceived green finance* dalam layanan *digital payment*, seperti insentif bagi transaksi ramah lingkungan atau pengurangan jejak karbon, dapat meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan layanan. Dengan pendekatan ini, *fintech* tidak hanya meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pengguna tetapi juga berkontribusi pada inklusi keuangan yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

2. Bagi pengguna *digital payment*

Pengguna *digital payment* khususnya perempuan di Palembang dapat lebih aktif meningkatkan *Financial Literacy*, baik melalui pelatihan, seminar, atau edukasi mandiri, sehingga mampu memanfaatkan *digital payment* secara bijak dan efisien. Selain itu, perempuan juga diharapkan

lebih sadar terhadap pentingnya keuangan hijau, memilih *platform* yang ramah lingkungan, dan mendukung keberlanjutan. Dalam menggunakan teknologi, disarankan agar tetap percaya diri tetapi tidak terlalu berlebihan (*overconfidence*), dengan tetap mengutamakan keamanan transaksi dan kehati-hatian. Dengan pemahaman yang lebih baik dan sikap yang bijaksana, perempuan di Palembang dapat lebih optimal memanfaatkan *digital payment* untuk mendukung aktivitas sehari-hari dan pengelolaan keuangan mereka.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat menambahkan pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam atau *Focus Group Discussion* (FGD), dapat digunakan untuk memahami alasan di balik perilaku pengguna. Memasukkan tren teknologi terbaru, seperti fitur keamanan berbasis biometrik atau penggunaan AI dalam layanan *digital payment*, juga akan meningkatkan relevansi dan kontribusi penelitian terhadap perkembangan teknologi keuangan di masa depan. Selain itu, peneliti juga disarankan untuk mengeksplorasi pengaruh budaya lokal, norma sosial, atau faktor psikologis seperti persepsi risiko dan kepercayaan terhadap teknologi, yang mungkin memiliki pengaruh signifikan di daerah tertentu. Terakhir, pengaruh kampanye edukasi digital atau kebijakan pemerintah juga dapat diteliti untuk memahami sejauh mana program-program tersebut membantu meningkatkan adopsi *digital payment*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., Rahman, A., & Salim, H. (2022). Behavioral intention as a key indicator in the adoption of digital payment methods. *Journal of Financial Technology and Innovation*, 9(2), 102–115.
- Agrawal, R., Agrawal, S., samadhiya, A., Kumar, A., Luthra, S., & Jain, V. (2023). Adoption of green finance and green innovation for achieving circularity: An exploratory review and future directions. *Geoscience Frontiers*.
- Ahmad Maqsood, & Zulfiqar Syed. (2022). Overconfidence heuristic-driven bias in investment decision-making and performance: mediating effects of risk perception and moderating effects of financial literacy. *Journal of Economic and Administrative Sciences*.
- Amanita, T. (2022). Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumen dan Keputusan. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Bisnis Digital*.
- Andrianto. (2020). The influence of ease of use on users' behavioral intention in digital payment applications. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 17(3), 275–289.
- Anisa Mardianah, & Iramani. (2024). Model Hubungan Literasi, Pengalaman dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga: Peran Niat Berperilaku Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*.
- Anton, S., & Enea, C. (2021). Financial literacy and risk tolerance: A study of Romanian households. *Journal of Financial Stability*, 52.
- Apra, & Lusardi. (2021). Financial literacy and its role in personal financial decision-making. *Journal of Personal Finance and Financial Education*, 181(1), 45–60.
- Apriani, S., Neni Triana, N., & Nadeak, T. (2023). Pengaruh Kemajuan Teknologi, Literasi Keuangan, Dan persepsikemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Transaksi Digital (E-Wallet) Pada Konsumen Toko Pd Sahabat Pameungpeuk Garut. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). [Http://journal.yrpiyku.com/index.php/msej](http://journal.yrpiyku.com/index.php/msej)
- Arifin, M. S., & Wahyuhastuti, N. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas kontinuitas pengguna e-wallet pada mahasiswa universitas PGRI Semarang. In *Jurnal Spirit Edukasia* (Vol. 02, Issue 01).

- Arshad, R., & Kurniawan, F. (2020). Financial Literacy in Indonesia: An Analysis of Factors Affecting Financial Behavior. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 24(2), 161–174.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner*, 7(3), 2010–2020. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601>
- Bank Indonesia. (2021). *Statistik Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment. *Quarterly Journal of Economics*, 116(1), 261–292.
- Beirne, J., & Fernandez, D. (2023). Green Finance and the Role of Fintech in Promoting Sustainable Financial Practices. *Journal of Financial Innovation*, 12(4), 145–160.
- Bezhovski, Z. (2016). The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System. In *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN (Vol. 8, Issue 8). Online. www.iiste.org
- Budi Setiawan. (2023). *Hungarian University of Agriculture and Life Sciences*.
- Cafferata, Johnson, & Lee. (2023). Overconfidence and its effect on risky behavioral intentions: A study on the likelihood of weapon use. *Journal of Risk and Decision Making*, 19(1), 45–60.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (2021). Gender differences in financial literacy and financial behavior: New evidence. *Journal of Financial Services Research*, 59(2), 213–236.
- Chen, H., & Wang, R. (2023). The significant impact of green finance on behavioral intention: The roles of attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control in adopting green financial practices. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 15(2), 112–127.
- Chen, H. Y., Guo, R., Hung, C. C., Lin, Z. H., & Wu, M. (2023). Behavioral Intentions of Bank Employees to Implement Green Finance. *Sustainability (Switzerland)*, 15(15). <https://doi.org/10.3390/su151511717>
- Chen, & Volpe. (2020). *Highlighted the importance of financial literacy in adopting new financial technologies, including digital payments*.

- Creswell, & Poth. (2020). Developing a theoretical framework in research: Connecting theory, research questions, and methods. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.
- Dan I, H., & Adiputra, G. (2020). *Pengaruh Overconfidence, Herding Effect, Self-Monitoring terhadap Investment Decision pada Masa Pandemi Covid-19*.
- Dewi, R., Pratama, A., & Santoso, D. (2023). The mediating role of financial risk tolerance in the relationship between digital financial literacy, investment experience, e-payment behavior, and investment intention. *Journal of Financial Behavior and Investment*, 11(3), 145–160.
- Efliani Enga Lika, & Kristyana Dananti. (2022). Implementasi Theory of Planned Behavior, Risk Tolerance dan Financial Literacy terhadap Invesment Intention pada Peer to Peer Lending di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*.
- Farrel, L., Fry, T., & Risse, L. (2020). The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 81.
- Finka Nur Azizah. (2024). Pengaruh overconfidence, illusion of control dan confirmation bias terhadap intensi berinvestasi saham (*Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta*).
- Fischer, J., & Gerhardt, M. (2020). Overconfidence influences transaction behavior in financial technology: An empirical investigation. *Journal of Financial Technology*, 5(3), 215–230.
- Friderica, C. (2022). Risk Tolerance dalam Era Digital Payment: Risiko dan Tantangan dalam Pengambilan Keputusan Finansial. *Jurnal Manajemen Keuangan Digital*, 5(4), 123–135.
- Fuller. (2000). Behavioral Finance and the Sources of Alpha. *Forthcoming: Journal of Pension Plan Investing*, 2.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Andreson, R. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Edition). *United Kingdom: Cengage Learning, EMEA*.
- Hair, J., Hult, G., & Ringle, C. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer .

- Hair Joseph, & Alamer Abdullah. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS - SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3).
- Halim, A., & Sari, D. (2022a). Behavioral finance : Understanding Overconfidence and Its Implications. *Journal of Behavioral Finance*.
- Halim, A., & Sari, D. (2022b). Psychological Factors Influencing Risk Tolerance in Digital Payments. *Journal of Business Finance*.
- Halim, A., & Sari, D. (2022c). Understanding Risk Tolerance in Financial Decision - Making. *Journal of Behavioral Finance*.
- Hanseler, J., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Hermansson, C., & Jonsson, S. (2021). The impact of financial literacy and financial interest on risk tolerance. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 29. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2020.100450>
- Hidayatullah, Syarif, Ardianto, & Yusaq Tomo. (2020). *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence on Behavioral To Use Through Behavioral Intention in Using Mobile Banking in Malang*.
- Hilda Yanti, & Hermawan Triono. (2024). Pengaruh Herding, Overconfidence, Risk Perception, dan Personal Needs Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*.
- Icek Ajzen. (1971). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Imran, A. (2024). Perceptions of Green Finance Adoption: A Phenomenological Exploration of Small Businesses in Twin Cities of Pakistan. *Sublime Haro Journal of Academic Research (SHAJAR)*, 6(1).
- Jannah, W., & Ady, S. (2017). Analisis Fundamental, Suku Bunga, Dan Overconfidence Terhadap Pengambil Keputusan Investasi Pada Investor Di Surabaya. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1, 138–155.
- John Grable, Eun Jin Kwak, & Adit Routh. (2020). A Simplified Measure of Investor Risk Aversion. *Journal of Interdisciplinary Economics*, 34(1), 1–28.

- Joseph Hair, Babin, B., & Krey, N. (2017). Covariance-Based Structural Equation Modeling in the Journal of Advertising: Review and Recommendations. *Journal of Advertising*, 46(1), 163–177.
- Kaur, A., & Grover, S. (2021). Understanding Perceived Green Finance: A Comprehensive Review. *Journal of Sustainable Finance & Investment*.
- Kaur, J., Sharma, M., & Gupta, R. (2020). The Role of Risk Tolerance in Fintech Adoption. *Internasional Journal of Fintech Research*, 12(4), 345–360.
- Klapper, L. F., Lusardi, A., & Panos, G. A. (2020). Financial literacy and financial behavior: Evidence from the 2014 National Financial Capability Study. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 176, 109–126.
- Kusnadi, A., & Prabowo, R. (2022). Enhancing Financial Discipline through Digital Payment Solutions. *Internasional Journal of Finance and Banking*.
- Kusnadi, M., & Prabowo, H. (2022). Financial literacy and digital payment: Enhancing safe and efficient technology use. *Journal of Financial Technology*, 8(1), 45–60.
- L Zhang. (2022). The impact of perceived green finance on sustainable investment and environmental awareness. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(4), 245–260.
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1). <https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., Alesina, A., Alessie, R., Botticini, M., Campbell, J., Caplin, A., Chan, S., Engelhardt, G., Gustman, A., Hurd, M., Kapteyn, A., Mastrogiacomo, M., Ofstedal, M. B., Rodgers, W., Snyder, C., Van Rooij, M., Van Soest, A., Helpful, S. U., & Washington, G. (2020). Nber working paper series financial literacy and planning: implications for retirement wellbeing. *Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Wellbeing*. [Http://www.nber.org/papers/w17078](http://www.nber.org/papers/w17078)
- Ma, L., Liu, J., & Zhang, X. (2022). The direct impact of environmental regulation and digital finance on behavioral intention to adopt green innovations for sustainable consumption. *Journal of Environmental Economics and Policy*, 14(3), 145–160.

- Mahe, S., & mclauchlin, J. (2021). Operationalization in research: Bridging the gap between theory and observable reality. *Journal of Research Methodology*, 22(3), 145–160.
- Mckinsey & Company. (2023). *Women and Digital Finance : Shaping the Future of Financial Inclusion*. Mckinsey Global Institute.
- Memon, Ting, H., Ramayah, T., & Chuah, F. (2021). Partial least squares-structural equation modeling (PLS-SEM) in research: The use of smartpls for complex models with latent variables. *Journal of Applied Research in Business and Social Sciences*, 16(4), 215–230.
- Mir, A., & Bhat, A. (2022). Factors Influencing Perceived Green Finance Among Investors. *Journal of Environmental Economic*.
- Mohapatra, S. (2020). The concept of sampling: Selecting representative units from a population. *Journal of Research Methodology and Statistical Analysis*, 14(3), 75–85.
- Moorthy, & Radha. (2022). Overconfidence and its impact on decision-making: A psychological perspective. *Journal of Behavioral Finance*, 14(1), 85–98.
- Morgan, J., & Trinh, L. (2020). The impact of financial literacy on risk understanding in digital payment technology. *International Journal of Financial Studies*, 8(2), 30–45.
- Nair, S., & Kamalanabhan, T. (2022). Technological familiarity and risk tolerance: A study of digital payment users. *Technology in Society*, 68.
- Niu, G., & Zhou, J. (2021). Risk tolerance and fintech adoption: The moderating role of gender. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(3), 169–180.
- Nunnally, J., & Bernstein, I. (1994). *Psychometric theory (3rd ed.)*. New York: mcgraw-Hill.
- Nurjannah, Andi Tenri Ampa, & Hikmayani Subur. (2024). *Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Dalam Membentuk Financial Behavior*. 2.
- OECD. (2022). *Financial literacy and inclusion in the digital age*. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Laporan Perkembangan Fintech di Indonesia*.

- Pal, A., Herarth, T., & Rao, H. (2020). The role of financial and security risks in mobile payment adoption: Understanding the impact on user intention. *Journal of Mobile Commerce and Technology*, 9(2), 115–130.
- Peiris, T. (2021). The direct impact of financial literacy on saving behavior: The mediating role of intention to save. *Journal of Personal Finance and Savings Behavior*, 12(3), 85–100.
- Pricewaterhousecoopers. (2016). *Mendorong Transformasi Digital Melalui Pembayaran Elektronik*. Laporan Keuangan Global 2016.
- Purwoko, B. (2020). Pengaruh Risk Tolerance Terhadap Intensitas Penggunaan Digital Payment: Studi Perilaku Konsumen. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 98–110.
- Putri, M., & Hidayati, A. (2023). The Impact of Financial Literacy on Digital Payment Adoption. *Journal of Business Finance*.
- Putu Santika Putra, Herliana Ananingiyas, Dea Rachmalita Sari, Aninda Sandra Dewi, & Mellyza Silvy. (2019). *Pengaruh tingkat literasi keuangan, experienced regret, dan risk tolerance pada pemilihan jenis investasi*.
- Rabbai, Ali, & Hassan. (2023). The impact of digital security perception on trust and behavioral intention in digital wallet usage: The role of overconfidence in technology security. *Journal of Digital Economy and Technology*, 15(2), 120–135.
- Rahmawati, D., Wardani, L., & Kusmayadi, I. (2023). Analisis pengaruh literasi keuangan dan risk tolerance terhadap keputusan investasi (studi kasus pada kelompok studi pasar modal (kspm) universitas mataram). *Jmm unram - master of management journal*, 12(2), 141–148. <https://doi.org/10.29303/jmm.v12i2.773>
- Ricciardi, & Simon. (2000). What is Behavioral Finance? *Business, Education and Technology Journal*,.
- Rini, W. S. (2024). *Overconfidence, Risk Perception And Risk Tolerance : Mengungkap Dampaknya Terhadap Keputusan Investasi*. 3(1), 53–66. <https://doi.org/10.55837/ed.v3i2i.112>
- Robert. (1979). Theory of Rational Option Pricing. *The Bell Journal of Economics and Management Science*.

- Robert Paul Singh. (2020). Overconfidence A common psychological attribute of entrepreneurs which leads to firm failure. *Entrepreneurs and Their Overconfidence*.
- Sari, A. M., & Yuliani, N. (2023). Risk tolerance and its impact on behavioral intention to use digital payments. *Internasional Journal of Digital Finance*, 5(1), 45–61.
- Sari, R., & Rahmawati, I. (2021a). Digital Payment and Financial Literacy: A Critical Review. *Journal of Financial Management*.
- Sari, R., & Rahmawati, I. (2021b). Overconfidence and Its Effects on Financial Decision - Making in Digital Payments. *Journal of Financial Management*.
- Satoto, & Putra. (2021). The impact of financial literacy on consumer intention to use electronic money through digital payment technology. *Journal of Financial Technology and Innovation*, 5(4), 120–135.
- Sayyida, R. (2023). Smartpls: A tool for complex model analysis in management and social research. *Journal of Applied Social and Management Sciences*, 18(1), 120–135.
- Setiawan. (2023). Pengaruh faktor eksternal dan persepsi terhadap niat investasi hijau: Studi kasus di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 14.
- Sugiono. (2020). Literature review in research: Ensuring originality and preventing duplication. *Journal of Research Methodology*, 10(2), 100–115.
- Sugiyono. (2019a). *Definisi populasi dalam penelitian: Konsep dan aplikasi. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 12(1), 45–60.
- Sugiyono. (2019b). Objek penelitian: Definisi dan perannya dalam penelitian ilmiah. *Metodologi Penelitian*, 10(2), 65–80.
- Tandukar, P. (2021). Impact of Perceived Green Finance on Investment Decisions. *Journal of Green Finance*.
- Tanjung, R. (2019). Pengertian dan peran hipotesis dalam penelitian: Sebuah panduan. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 8(1), 45–55.
- Venkatesh, V. (2021). Factors influencing behavioral intention in digital payment adoption: New technology and user loyalty perspectives. *Journal of Technology Adoption and Innovation*, 14(1), 45–60.

- Villanueva, & Martins. (2022). The impact of overconfidence on behavioral intention in entrepreneurial risk-taking. *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 11(3), 210–225.
- Wahyu, S., & Sari, L. (2024). Risk Perception and Overconfidence and Digital Payment. *Journal of Risk Management*.
- Wahyuningsih, E., Sastraningsih, E., Suryadi, N., Riau, U. I., Islam, U., Sultan, N., & Riau, S. K. (2024). The Effect Of Financial Literacy And Financial Attitude On Financial Management Behaviour Self Efficacy As A Mediating Variable In Pekanbaru City UMKM Pengaruh Financial Literacy dan Financial Attitude terhadap Financial Management Behavior Self efficacy sebagai variabel mediasi Pada UMKM Kota Pekanbaru. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 2). [Http://journal.yrpioku.com/index.php/msej](http://journal.yrpioku.com/index.php/msej)
- Wang, Y., & Zhang, X. (2023). Risk tolerance: An individual's readiness to accept risk in financial and investment decisions. *Risk Tolerance: An Individual's Readiness to Accept Risk in Financial and Investment Decisions*, 18(1), 50–65.
- Welly Jasrial Tanjung. (2024, July 17). *Pengguna QRIS di Sumsel Meningkat 63 Persen, Dukung Ekonomi Digita* Baca artikel detiksumbagsel, "Pengguna QRIS di Sumsel Meningkat 63 Persen, Dukung Ekonomi Digital. Detiksumbagsel.
- World Bank. (2023a). *Digital Financial Inclusion for Women in Developing Economies*. Washington, DC: World Bank Group. [Https://www.worldbank.org/en/home](https://www.worldbank.org/en/home)
- World Bank. (2023b). *Digital Financial Inclusion: Trends, Impact, and Challenges*. Washington, DC: World Bank Group.
- Wulandari, T., Afriyani, F., & Kholik, A. (2024). Perencanaan keuangan untuk guru sekolah dasar dalam mengelola gaji dan investasi dengan bijak. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(3), 616–624. [Https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i3.22227](https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i3.22227)
- Xu, Y., Wang, Z., & Chen, H. (2020). A meta-analysis of the relationship between green finance and corporate green performance in adopting sustainable financial practices. *Journal of Sustainable Business and Management*, 11(2), 80–95.

- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Ali Al-Shami, S. S., & Zainol, N. R. (2021). Predicting stock market investment intention and behavior among Malaysian working adults using partial least squares structural equation modeling. *Mathematics*, 9(8). <https://doi.org/10.3390/math9080873>
- Yuliyanti, D., & Mahmud. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Ovo. *Jurnal Mirai Management*, 8(2).
- Zhang, Li, Y., & Wang, Z. (2021). The Influence of Perceived Green Finance on Green Investment Intention: A Study of Sustainable Finance and Investment. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 11.
- Zhang, X., Li, W., & Wu, Y. (2021). Perceived green finance and public of sustainable financial products. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(1), 34–50.
- Zhang, Zhao, Y., & Wang, J. (2021). The long-term effects of green finance on behavioral intention: Short-term impacts of green credit policies on financing behaviors in energy-intensive firms. *Journal of Environmental Finance and Management*, 12(4), 210–225.
- Zhao, X., Li, Y., Wang, J., & Zhang, H. (2021). The impact of risk factors on behavioral intention in digital payment: A focus on data security risks. *Journal of Financial Technology*, 11(2), 150–165.
- Zhou, J., Wei, Z., & Zhang, J. (2022). The influence of green finance perception on individual behavioral intention in using fintech: Evidence from female consumers. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(8), 12456–12468.

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
2	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
3	docplayer.info Internet Source	1%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
5	repository.upstegal.ac.id Internet Source	<1%
6	Alien Arianita, Izar Alfansi, Sularsih Anggarawati. "Analysis Factor Affecting The Use Of Digital Payment With The Extended Utaut Model", The Manager Review, 2023 Publication	<1%
7	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	<1%
8	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%

9	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
10	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
11	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
12	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
13	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
14	Anissa Pranadewi, Siti Komariah Hildayanti, Emilda Emilda. "Pengaruh Live Streaming, Harga dan Personal Branding terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi Tiktok", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2024 Publication	<1 %
15	eprints.polsri.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
17	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
18	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %

19	wisuda.unissula.ac.id Internet Source	<1 %
20	journal.yrpiiku.com Internet Source	<1 %
21	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1 %
22	Anggita Plorania. "Pengaruh Kepuasan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Klinik Hamami Palembang", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2021 Publication	<1 %
23	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %
24	irwanda132.blogspot.com Internet Source	<1 %
25	malaqbiipublisher.com Internet Source	<1 %
26	e-journal.umc.ac.id Internet Source	<1 %
27	repository.unand.ac.id Internet Source	<1 %
28	Submitted to Universitas Jember Student Paper	<1 %

29	jurnal.itscience.org Internet Source	<1 %
30	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part III Student Paper	<1 %
31	id.123dok.com Internet Source	<1 %
32	journalstkipppgrisitubondo.ac.id Internet Source	<1 %
33	abis-files.yildiz.edu.tr Internet Source	<1 %
34	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
35	litapdimas.kemenag.go.id Internet Source	<1 %
36	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
37	repository.unifa.ac.id Internet Source	<1 %
38	sintama.stibsa.ac.id Internet Source	<1 %
39	www.researchgate.net Internet Source	<1 %

- | | | |
|----|--|------|
| 40 | Calvin V Jayanto Purba, Himawan Yusuf.
"Pengaruh Pengetahuan Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan WPOP dengan Kesadaran Pajak sebagai Variabel Mediasi",
Media Ekonomi, 2022
Publication | <1 % |
| 41 | Submitted to Defense University
Student Paper | <1 % |
| 42 | Martin Purba, Ade Parlaungan Nasution, Aziddin Harahap. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi", remik, 2023
Publication | <1 % |
| 43 | eprints.umm.ac.id
Internet Source | <1 % |
| 44 | www.frontiersin.org
Internet Source | <1 % |
| 45 | Achmad Andi Wahyudi, Dewie Tri Wijayati Wardoyo, Andre Dwijanto Witjaksono.
"Pengaruh Kompetensi Dan Budaya Kerja Terhadap Kinerja Melalui Motivasi Kerja Di Dinas Kebudayaan, Kepemudaan Dan Olahraga Serta Pariwisata (DISBUDPORAPAR) Kota Surabaya – Jawa Timur", Journal of | <1 % |

Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024

Publication

-
- | | | |
|----|--|------|
| 46 | Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
Student Paper | <1 % |
| 47 | files.osf.io
Internet Source | <1 % |
| 48 | jurnal.unipar.ac.id
Internet Source | <1 % |
| 49 | jurnal.usahid.ac.id
Internet Source | <1 % |
| 50 | newcomerscuerna.org
Internet Source | <1 % |
| 51 | yusniarputri.tumblr.com
Internet Source | <1 % |
| 52 | Tivan Z. S. Rumampuk, Hermie M. M. Tendeau, John J. E. Wantania. "Hubungan antara Faktor Risiko dengan Kejadian Preeklampsia Berat", e-CliniC, 2025
Publication | <1 % |
| 53 | Submitted to Universitas Papua
Student Paper | <1 % |
| 54 | eprints3.upgris.ac.id
Internet Source | <1 % |
-

55	L. V. M. G. Vithana, P. I. N. Fernando. "Impact of E-Word of Mouth (E-WOM) on Consumers' Purchase Intention for Cosmetic Products: The Mediating Role of Brand Image (With reference to Facebook Users)", Sri Lanka Journal of Marketing, 2024 Publication	<1 %
56	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1 %
57	jom.universitassuryadarma.ac.id Internet Source	<1 %
58	publisher.yayasandpi.or.id Internet Source	<1 %
59	Fahma Shufyani, Syati Manaharawan Siregar, Dwi Dominica. "Hubungan pengetahuan ibu dengan tindakan manajemen swamedikasi pada anak balita di Desa Ketapang Dua Aceh Timur.", Journal of Pharmaceutical and Sciences, 2025 Publication	<1 %
60	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	<1 %
61	adiksi.akt-unmul.id Internet Source	<1 %
62	fkkmk.ugm.ac.id Internet Source	<1 %

63	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
64	ideas.repec.org Internet Source	<1 %
65	makassar.tribunnews.com Internet Source	<1 %
66	repository.its.ac.id Internet Source	<1 %
67	repository.uib.ac.id Internet Source	<1 %
68	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
69	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
70	www.jtrustbank.co.id Internet Source	<1 %
71	68videos.com Internet Source	<1 %
72	Asmiati Asmiati, Dedi Joko Hermawan, Raihan Wishal Nafis. "Pengaruh Kompetensi, Kepemimpinan Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Pengendalian Penduduk Dan Keluarga	<1 %

Berencana (DP3AP2KB) Kabupaten
Probolinggo", JUMAD : Journal Management,
Accounting, & Digital Business, 2025

Publication

73

Getah Ester Hayatulah, Jamaluddin Mahasari,
Muhammad Ihsan, Muhammad Bagus Adi
Wicaksono, Syukra Alhamda. "Kebijakan
Lingkungan dalam Menanggapi
Permasalahan Perubahan Iklim di Indonesia:
Sebuah Tinjauan Integratif", Ministrate: Jurnal
Birokrasi dan Pemerintahan Daerah, 2023

Publication

<1 %

74

ejournal.bsi.ac.id

Internet Source

<1 %

75

jetharrismemorialfund.org

Internet Source

<1 %

76

mahirtransaksi.com

Internet Source

<1 %

77

maxikomputer.com

Internet Source

<1 %

78

ojs.ekonomi-unkris.ac.id

Internet Source

<1 %

79

repository.ibs.ac.id

Internet Source

<1 %

80

repository.unmul.ac.id

Internet Source

<1 %

- | | | |
|----|---|------|
| 81 | ugiw.blogspot.com
Internet Source | <1 % |
| 82 | www.canadagoose-coats.us.org
Internet Source | <1 % |
| 83 | www.scribd.com
Internet Source | <1 % |
| 84 | zephyrnet.com
Internet Source | <1 % |
| 85 | Angela Juwono, Felice Carmelite Aprilie Tan, Jethson Edbert Sudarsono, Njo Anastasia. "Risk tolerance dan niat investasi berisiko di kalangan mahasiswa: Peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi", <i>Journal of Accounting and Digital Finance</i> , 2025
Publication | <1 % |
| 86 | Harmanda Berima Putra, Nungki Pradita, Kristina Anindita Hayuningtias. "PREDIKSI NIAT PENGGUNAAN APLIKASI DAN PERMAINAN DARING FREEMIUM VERSI BERBAYAR DENGAN MENGGUNAKAN MODEL TPB", <i>Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen</i> , 2020
Publication | <1 % |
| 87 | Jing Yuan, Songyu Jiang, Bethzaida Mary Joy Dela Cruz. "Toward the digital economy: Mobile payment affecting sustainable | <1 % |

consumption behavior", Innovative Marketing, 2023

Publication

88

M. Aprialdi Lubis, Ade Gunawan. "Pengaruh Sosialisasi Keuangan, Pengetahuan Keuangan, Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Locus of Control Sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Shopee Paylater di Kecamatan Babalan Langkat", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024

Publication

<1 %

89

Siti Aulia Rahmaniah. "Tingkat Penerimaan E-Commerce Agribisnis oleh Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Sumur Batu, Kecamatan Bantar Gebang, Kota Bekasi", Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis, 2020

Publication

<1 %

90

Submitted to Trisakti University

Student Paper

<1 %

91

Tumpal Manik dan Firmansyah Kusasi. "KUALITAS LAPORAN KEUANGAN DAN PENCEGAHAN FRAUD DI PROVINSI KEPRI", Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia, 2019

Publication

<1 %

92

core.ac.uk

Internet Source

<1 %

93

dspace.uii.ac.id

Internet Source

<1 %

94

e-journal.uajy.ac.id

Internet Source

<1 %

95

ejournals.umn.ac.id

Internet Source

<1 %

96

ejurnal.stiewidyapersada.id

Internet Source

<1 %

97

entrepreneur.bisnis.com

Internet Source

<1 %

98

eprints.uny.ac.id

Internet Source

<1 %

99

erepository.uwks.ac.id

Internet Source

<1 %

100

id.scribd.com

Internet Source

<1 %

101

journal.stiegici.ac.id

Internet Source

<1 %

102

konsultasiskripsi.com

Internet Source

<1 %

103

lowongankerjabulanjuli.blogspot.com

Internet Source

<1 %

104	mipa.ugm.ac.id Internet Source	<1 %
105	repository.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
106	repository.umi.ac.id Internet Source	<1 %
107	repository.unmuha.ac.id Internet Source	<1 %
108	repository.unsri.ac.id Internet Source	<1 %
109	repository.wima.ac.id Internet Source	<1 %
110	stikeskabmalang.wordpress.com Internet Source	<1 %
111	telegenio.org Internet Source	<1 %
112	www.dbs.com Internet Source	<1 %
113	www.ecwid.com Internet Source	<1 %
114	www.indonesiaelectionportal.org Internet Source	<1 %
115	www.liputan6.com Internet Source	<1 %

- 116 www.pandoracharmssaleclearance.us.org Internet Source <1 %
-
- 117 www.rctiplus.com Internet Source <1 %
-
- 118 Andrea Nur Hidayah, Farahiyah Sartika. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Melalui Locus of Control sebagai Variabel Mediasi", Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2024 Publication <1 %
-
- 119 Budiman Budiman, Juli Ahirin, Sisvi Kartika, Ahmad Syukri, Idi Warsah. "Model Interaksi antara Kebijakan Sekolah, Iklim Sekolah, dan Pembelajaran Agama Islam dalam Konteks Ketahanan Siswa", Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT), 2024 Publication <1 %
-
- 120 Quan-Jing Wang, Kai Tang, Hai-Qing Hu. "The impact of digital finance on green innovation: Evidence from provinces in China", Innovation and Green Development, 2022 Publication <1 %
-
- 121 Winston - Pontoh. "Goodwill No. 1 Vol. 4 Juni 2013", JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING "GOODWILL", 2013 <1 %

Publication

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On